

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КУБАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ



ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Вестник
студенческого научно-творческого общества КСЭИ:
материалы XV межвузовской студенческой конференции
10 апреля 2012 г.

ВЫПУСК ШЕСТЬДЕСЯТ ДЕВЯТЫЙ

Краснодар, 2012

Редакционная коллегия:

О.Т. Паламарчук, доктор филологических наук, кандидат исторических наук (ответственный редактор)

А.В. Жинкин, кандидат исторических наук (научный редактор)

Х.Ш. Хуако, кандидат экономических наук

Л.А. Прохоров, доктор юридических наук

Н.И. Щербакова, кандидат филологических наук

Е.Е. Михаелян, кандидат исторических наук

С.А. Ольшанская, кандидат психологических наук

М. Лысенко, председатель Совета СНТО

М. Назаренко, А. Шершнева, студенты - члены Совета СНТО

ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ. ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА КСЭИ: материалы XV межвузовской студенческой научно-творческой конференции 10 апреля 2012г. / под науч. ред. А.В. Жинкина. Краснодар: КСЭИ, 2011. 85 с.

Настоящий, очередной вестник студенческого научно-творческого общества КСЭИ – сборник статей студентов-участников и докладчиков XV межвузовской студенческой научно-творческой конференции. В сборнике представлены материалы, освещающие актуальные аспекты экономических проблем России в начале XXI века.

Печатается по решению научно-методического и редакционно-издательского Советов КСЭИ.

Редакция не несет ответственности за содержание статей.

©Издательство Кубанского социально-экономического института, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИИ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

Беляева А. Маркетинговый аспект методологии продвижения туристских услуг	5
Быков А. Современные инструменты государственного регулирования банковской ликвидности	8
Воробьева И. Инновации как фактор экономического роста в деятельности предприятий	10
Гончарова С. Налоговая система Российской Федерации: понятие и принципы построения	15
Дудка Н. (КИМПиМ) Роль трансакционных издержек и их оценка в современных условиях	16
Евтых А. Проблемы налогового администрирования на современном этапе и пути их решения	21
Иванова Ю. Банковская система в Российской Федерации	24
Ким С. К вопросу о необходимости камеральных налоговых проверок	27
Конева И. Причины нарастающего внимания к деловой репутации	28
Костромеева Ю. Устойчивое развитие малого предпринимательства: основные аспекты	31
Лосицкий Я. Использование российского рынка рекрутинговых услуг в период кризиса	34
Лыкова О. Сущность и история развития бухгалтерского учета	37
Мадарина М. Олимпиада – 2014 и ее влияние на развитие экономики в Краснодарском крае	40
Москвитина А. Оценка эффективности акцизного обложения в Российской Федерации	44
Назаренко М. НДС в европейских странах и перспективы его дальнейшего развития	46
Овсянникова М. Экономическая эффективность общественного производства	51
Ошкина Ю. Изменения в порядке налогообложения на доходы физических лиц	53
Прохорова У. Особенности кредитования в России	57
Рахимов Р. Возможные последствия отмены единого социального налога для субъектов малого и среднего предпринимательства	60

Романова А. Роль и значение бизнес-планирования в деятельности организации	63
Селезнева М. Модернизация этноэкономики как антикризисное направление экономического развития Северного Кавказа	67
Сигалаева А. Социальный капитал как «якорь» экономического развития	69
Сокур А. История возникновения и становления налогового учета. Российский и зарубежный опыт	72
Требушний А. Маркетинговые стратегии и их роль на этапе выхода из кризиса	74
Чуднова Е. Страны-лидеры и их экономическая роль в мире	76
Шевцов А. Проблема туристской устойчивости в Краснодарском крае	78
Шевцов А. Адаптация современных технологий управления персоналом	80

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИИ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

А. БЕЛЯЕВА

н.р. Ю.И. АБУЛЬЯН

МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ МЕТОДОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся форм международной торговли услугами. В последние двадцать лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, валютных поступлений - 14%.

В туризме результат деятельности сводится к туристскому продукту. Туристский продукт – любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности туристов и подлежащая оплате с их стороны. К туристским услугам относят гостиничные, транспортные, экскурсионные, бытовые, коммунальные, посреднические услуги, услуги общественного питания, переводчиков и т.д.

Как и любая другая деятельность, туризм также нуждается в проведении маркетинговых мероприятий. Маркетинг в туризме – это деятельность по планированию и разработке туристских товаров и услуг, продаже, продвижению товаров и услуг, стимулированию на них спроса и ценообразованию. Как видно из определения, деятельность по продвижению туристских товаров и услуг, является одним из важнейших аспектов маркетинговой деятельности в целом.

Целью деятельности по продвижению товаров и услуг является создание спроса на эти товары и услуги. Продвижение товара или услуги – широкое понятие, включающее деятельность по рекламе в прессе и печати, технику личных продаж, связи с общественностью, деятельность по стимулированию продаж.

Использование средств по стимулированию спроса в области туризма нацелено не только на конечного потребителя, но и на многочисленных производителей туруслуг, посредников (турагентов, туроператоров), а также на контактные аудитории (СМИ, финансовые, страховые компании, общественные организации).

В последнее время все большее число турфирм осваивает управление маркетингом, что связано с усилением конкурентной борьбы, повышением требований клиентов к туруслугам. Маркетинг в такой ситуации позволяет успешно адаптироваться к изменениям внешней среды, обеспечить успех в конкурентной борьбе за счет исследования рынка, разработки и продвижения турпродукта, соответствующего запросам потенциального и реального потребителя.

Изучение практики ведущих турфирм г. Краснодара показывает, что использование маркетинговых методов и технологий существенно повышает эффективность их деятельности. Опираясь на философию маркетинга и применяя его методы и технологии, фирма обеспечивает системный подход, как к производству, так и к реализации своих товаров и услуг. Как показал наш анализ, положительные изменения происходят за счет использования следующих организационных методов: комплексного изучения внешней по отношению к фирме среды и прогнозирования рынка, а также реальной оценки фирмой своих воз-

возможностей; разработки долгосрочной стратегии маркетинговой деятельности, включая ее цели, задачи, ресурсы, механизм практической реализации, обеспеченный в организационно-управленческом, материальном, финансовом и техническом отношениях; планирования производственной политики, исходя из требований рынка и потенциала фирмы; реализации специальных мероприятий, направленных на формирование спроса и стимулирование сбыта (2. С. 44)

Однако в реальности процесс внедрения маркетинговых методов технологий в туристскую отрасль носит противоречивый характер и происходит пока медленными темпами в России. Краснодарский край только в последние годы стал вкладывать деньги в строительство дорог, украшать южную столицу. Ежегодно 10-15 млн. отдыхают на Черном море, но до последнего момента в край мало вкладывалось средств. Некоторые специалисты отмечают, что после объявления правительства о строительстве горно-лыжного центра в г.Сочи и подготовке к Олимпиаде 2014 г., то цены на товары и землю, бензин, телефон резко поднялись.

На уровне государственной политики использование возможностей стратегического маркетинга делает более эффективным процесс регулирования туристской деятельности, создавая мировоззренческую и информационную базу для определения приоритетов развития туризма и разработки целевых программ, координации усилий и ресурсов государственного и частного секторов в создании туристской. На уровне руководства фирмой маркетинг является основой разработки стратегии ее развития, идеологии поведения на рынке, инструментом исследования рынка, методом разработки новых продуктов и услуг, способом организации сбыта, продвижения товаров на рынок (реклама, поддержка продаж, связи с общественностью), осуществления ценовой политики (3. С. 102).

В частности, в последние годы туризм от массового, стандартизированного производства услуг переходит к дифференцированному, ориентированному на конкретные социальные группы и категории населения. Усложняется и дифференцируется потребительская мотивация, падает темп роста спроса на туруслуги, уплотняется рынок производителей туристских услуг и усиливается конкурентная борьба. Повышенная конкурентность среды проявляется и в том, что турфирма выносит на рынок продукт (размещение, питание, культурную программу и др.), который производится, как правило, другими субъектами рынка, к услугам которых потребитель может обратиться без посредников (1. С. 95-108).

Данные тенденции и проблемы существенным образом меняют задачи и методы продвижения услуг в маркетинге. Сегодня изучение спроса уже не является ключевым основанием определения стратегии фирмы. Смысл маркетинга заключается в формировании потребителя, ориентированного на отдых и досуг в любое время года, отличающегося устойчивой мотивацией к потреблению туристских услуг, в разработке туруслуг инновационного характера. На смену политике вытеснения конкурентов путем снижения цен и «слияний» приходит стратегия «выявления и заполнения ниш рынка» (13. С. 5-6).

Это диктует необходимость повышения качества и надежности услуг, разработки принципиально новой номенклатуры предложений, не имеющих аналога на рынке. По существу, современный специалист должен уметь быстро откликаться на новые модные молодежные запросы и создавать всякий раз но-

вый турпродукт, который еще не внедрили конкурирующие турфирмы Краснодар. Причем, цена и массовость туризма и досуга находятся в прямой зависимости. Контент-анализ публикаций журнала «Туризм», «Туристский бизнес» и др., посвященных различным вопросам организации туристской деятельности для отдыха молодежи, позволил выявить наиболее часто упоминаемые проблемы, которые также определяют специфику «проблемного поля» и целевую ориентацию маркетинга на всех его уровнях (12. С.42-89).

Можно выделить проблемы в области туристского маркетинга, которые все успешнее решают турфирмы Краснодар. До последнего времени маркетинг в сфере туризма представлял собой слабо адаптированный вариант классического маркетинга, который сложился на базе деятельности промышленных фирм и корпораций. Более того, очень часто в своей практической деятельности турфирмы исповедуют лишь одну стратегию маркетинга - получение максимальной прибыли «здесь и теперь». Но даже в промышленных отраслях производства эта стратегия уже не является приоритетной (8.С.218; 9.С.49) .

Современная концепция маркетинга состоит в том, чтобы все направления деятельности предприятия (научно-техническое, производственное, сбытовое и т.д.) основывались не только на знании потребительского спроса сегодня, но и на его изменениях в перспективе. Служба маркетинга в современных производственных структурах является мозговым центром, источником информации и рекомендаций, касающихся не только рыночной, но и производственной, научно-технической, социальной, финансовой политики предприятия (4.С.118; 6.С.39).

Все это требует адаптации общей теории маркетинга к сфере туризма и выработки соответствующих технологий, учитывающих его специфику.

Содержание турмаркетинга определяется также положением фирмы на рынке, которое характеризуется от размера охваченного рынка; в зависимости от этого маркетинг может быть: массовым, когда на рынок продвигается продукт, предназначенный для всех категорий потребителей; дифференцированным в том случае, если производится и реализуется несколько модификаций продукта, рассчитанных на разные вкусы потребителя; целевым - производство и реализация продукта для определенных рыночных сегментов, объем рыночного спроса (11. С. 13-23).

Задача маркетинга – добиться максимального приближения объема рыночного спроса к емкости рынка. Как правило, доля товаров фирмы в общем объеме продаж на рынке пропорциональна маркетинговым усилиям фирмы.

Стратегия быстрого получения прибыли (интенсивная стратегия) применяется в двух случаях: когда потенциальные потребители не осведомлены о номенклатуре и качестве услуг, и фирма должна затратить значительные усилия на их информирование, позиционирование продукта и создание положительного отношения к товару, или когда клиенты знают характеристики продукта и готовы приобретать его по высокой цене. Стратегию медленного получения прибыли целесообразно применять в тех ситуациях, когда емкость рынка невелика, продукт известен потребителям и они готовы платить за него высокую цену, а конкуренция на рынке незначительна. Стратегия быстрого (широкого) проникновения применяется при большой емкости рынка, плохой осведомленности клиента

о продукте, низкой покупательной способности целевого сегмента рынка, больших масштабах производства, которые снижают себестоимость единицы продукции, высокой конкуренции. Стратегия медленного проникновения на рынок (пассивная стратегия) применяется в ситуации большой емкости рынка, хорошей осведомленности потребителя о продукте, нежелания приобретать его по высокой цене, низкой рыночной конкуренции (5.С. 205; 7.С.57).

Таким образом, наиболее существенными направлениями стратегического туристского маркетинга являются: оценка тенденций и перспектив развития туризма с учетом внутренних и внешних факторов; разработка критериев сегментации рынка и определение потенциальных и перспективных целевых групп потребителей, которым адресуется туристический продукт; поиск свободных ниш на существующем и складывающемся рынках (проблема «нишевого маркетинга»); разработка эффективных технологий реализации маркетинговой стратегии фирмы и системного сбыта продукции; создание и поддержка имиджа фирмы как надежного и социально ответственного субъекта рынка (10. С. 123-136).

Стратегический маркетинг ориентирует фирму не на ближайшее будущее, а на перспективу. Его цель - обеспечить не столько текущий успех и благосостояние фирмы, сколько ее постоянное развитие в условиях конкуренции.

Литература:

1. Богданов Е.Н. и др. Планирование на предприятии туризма. СПб., 2008. 288 с.
2. Дурович А., Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме. М.: Новое знание, 2006. 348 с.
3. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. СПб.: Изд. дом «Герда», 2006. 320 с.
4. Квартальнов В. А. Современные концепции социального туризма. М.: Наука, 2003. 324 с.
5. Квартальнов В. А., Федорченко В.К. Туризм социальный: история и современность. Киев: Выща шк., 2004. 326 с.
6. Кириллов А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. СПб., 2006. 268 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. М., 2005. 424 с.
8. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 1071 с.
9. Международный туризм: правовые акты / Сост. Н. И. Волошин; Рос. междунар. акад. туризма. М.: Финансы и статистика, 2007. 174 с.
10. Папирян Г. А. Маркетинг в туризме. М., 2008. 412 с.
11. Сапрунова В. Б. Туризм: Эволюция, структура, маркетинг. М., 2007. 216 с.
12. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. М.: ИКЦ «МарТ», 2008. 416с.
13. Нестеренко М. Туризм. XXI век. Остаться в живых // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009. № 07-08. С.5-6.

А. С. БЫКОВ
н.р. Д.В. ПЕТРОВ

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ ЛИКВИДНОСТИ

Современная ситуация в банковской сфере выработала новые инструменты регулирования ликвидности государством:

- доступ к временно свободным бюджетным средствам;
- увеличение лимита размещения временно свободных бюджетных средств на депозитах в коммерческих банках;

- снижение нормативов обязательных резервов по каждой категории резервируемых обязательств;
- предоставление субординированных кредитов Центральным банком РФ;
- использование части средств Фонда национального благосостояния с целью поддержания банковского сектора в условиях глобального кризиса;
- изменение условий кредитования Банком России кредитных организаций, в частности предоставлять кредиты без обеспечения;
- изменение рейтингов ценных бумаг, которые могут использоваться в качестве залога при операциях с Банком России;
- изменение налогового законодательства, предусматривающего рассрочку уплаты отдельных видов налогов (1).

Настоящее исследование представляет собой анализ современных механизмов антикризисного управления национальной экономикой и политику определения эффективности их использования на современном этапе. В статье рассмотрены отдельные аспекты этой проблемы.

Временно свободные денежные средства выделяются банкам по итогам специализированных аукционов, причем участвовать в них могут только крупные кредитные организации, имеющих генеральную лицензию ЦБРФ на осуществление банковских операций; собственные средства в размере не менее 5 млрд. руб.; рейтинг долгосрочной кредитоспособности не ниже уровня "BB-" по классификации рейтинговых агентств FitchRatings, или Standard&Poog's, либо не ниже уровня "BA3" по классификации рейтингового агентства Moody's Investors Service; отсутствие просроченной задолженности по банковским депозитам, ранее размещенным в ней за счет средств федерального бюджета; участие кредитной организации в системе обязательного страхования вкладов физических лиц в банках Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом "О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации"(2). Этим критериям соответствуют не более трех десятков крупнейших российских банков. 12 августа 2008 года приняли участие 12 банков, 16 сентября зафиксировано 20 банков. 17 сентября заявки на участие в аукционе поступили от 13 банков. На данный момент времени по данным Минфина РФ, к аукционам по размещению бюджетных средств на депозитах допущено 28 кредитных организаций. Эти банки входят в 50 крупнейших российских кредитных организаций (3).

Первый аукцион по размещению свободных средств бюджета РФ на банковских депозитах состоялся 17 апреля 2008 г. На торгах предполагалось разместить до 300 млрд. рублей. Однако, по данным Минфина, приток средств в банковскую систему по итогам аукциона составил лишь 23,6 млрд. рублей. В ходе второго аукциона, состоявшегося 24 апреля, было размещено тоже немного средств – 17,7 млрд. рублей при лимите в 250 млрд. рублей. В аукционе приняли участие всего лишь 10 кредитных организаций (4).

Спрос оказался низким в основном из-за высокой процентной ставки (7,25% годовых), которую установило Министерство финансов, что не способствовало повышению активности участников аукциона. Было увеличено Мини-

стерством финансов РФ лимит размещения временно свободных бюджетных средств на депозитах с 668 миллиардов рублей до 1,232 триллиона рублей (5).

Для стабилизации ситуации на внутреннем финансовом рынке и поддержания ликвидности российского банковского сектора стало решение о снижении нормативов обязательных резервов на период с 15 октября 2008 года до 1 февраля 2013 года. Нормативы обязательных резервов по каждой категории резервируемых обязательств устанавливаются в размере 0,5 % (6). Эта мера должна увеличить объемы активных операций коммерческих банков.

Литература:

1. Деньги и кредит. 2008. 10.
2. О порядке размещения средств Федерального бюджета на банковские депозиты: постановление Правительства РФ № 227 от 29 марта 2008 г.
3. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.klerk.ru>.
4. [Электронный ресурс]. URL:<http://dcentr.ru>.
5. [Электронный ресурс]. URL:<http://rian.ru>.
6. [Электронный ресурс]. URL:<http://banksbd.spb.ru>.

И. ВОРОБЬЕВА
н.р. **Е.В. ФОМЕНКО**

**ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В современных условиях повышения эффективности производства можно достичь преимущественно за счет развития инновационных процессов, получающих конечное выражение в новых технологиях, новых видах конкурентоспособной продукции. Поиск и использование инноваций непосредственно на предприятиях является актуальной проблемой. Развитие новых технических и организационно-технологических решений, совершенствование основных принципов управления применительно к специфике отечественного рынка создают условия для обновления процессов воспроизводства на предприятиях и дают дополнительный импульс для экономического роста. По своей природе инновации включают в себя не только технические или технологические разработки, но и любые изменения в лучшую сторону во всех сферах научно-производственной деятельности. Постоянное обновление техники и технологий делает инновационный процесс основным условием производства конкурентоспособной продукции, завоевания и сохранения позиций предприятий на рынке и повышения производительности, а также эффективности предприятия (5).

Инновационная деятельность – это стержень всего процесса расширенного воспроизводства и быстрая ликвидация многих проблем в развитии народного хозяйства. В последнее время все больше внимания уделяется вопросам формирования инновационной экономики, так как позволяет уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Особенно актуальными вопросы инновационного развития стали в виду нового экономического кризиса. Во многих развитых странах наблюдается переход к инновационной экономике, который базируется на знаниях и эффективной системе разработки

и внедрения технологических решений в различные сферы деятельности. В обеспечении динамически устойчивого развития национальной экономики первостепенная роль принадлежит новациям, способным обеспечить непрерывное обновление технической и технологической базы производства, освоение и выпуск новой конкурентоспособной продукции, эффективное проникновение на мировые рынки товаров и услуг (2).

Новация – это новшество, которого не было раньше; описание нового явления, открытие, изобретение, новый метод удовлетворения общественных потребностей. Приставка «ин» подразумевает инвестиционную деятельность с целью внедрения новации.

В результате эволюции общества развилось современное представление об инновациях, которое включает в себя не только какие-то новые разработки, но и вбирает в себя адаптацию и диффузию этих новых разработок.

С точки зрения инвестиционной составляющей инновация представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации труда, производства, обслуживания, управления (4).

Одним из важнейших признаков инноваций является признание рынком потенциальной экономической стоимости изобретения, т.е. наличие спроса на новшество. Для развития экономики важными являются широкие возможности для других фирм участвовать в распространении новшеств, выступая в роли покупателей новых технологий или адаптации новых продуктов.

На основе этих признаков европейскими исследователями были выделены четыре модели инновационного развития:

- стратегические инноваторы (21,9% всех инновационно активных фирм) проводят НИОКР и постоянно рассматривают инновации главным компонентом конкурентной стратегии;

- периодические инноваторы (30,7%) проводят НИОКР по мере необходимости, чаще адаптируют новые технологии, разработанные другими фирмами;

- технологически модификаторы (26,3%) НИОКР не проводят, изменяют уже существующие продукты или процессы;

- технологические адаптеры (21,1%) занимаются приспособление разработок других фирм для себя или иных заказчиков (1).

Эти модели позволяют оценить основу инновационного развития на микроуровне.

Что касается показателей, применяемых на макроуровне, то здесь оценка производится по большему числу показателей. В частности, Европейское инновационное табло выделяет 5 групп по 5-6 показателям. Ниже приведена характеристика этих показателей. Первые три показателя характеризуют затраты на внедрение инноваций, с помощью двух последних производится оценка эффекта от их внедрения в экономику (2).

Затраты инновационной деятельности:

- драйверы инноваций – показатели, характеризующие степень образованности человеческих ресурсов и условий обмена информацией;

- создание знания – показатели знания, характеризующие долю затрат различных секторов экономики на инновационную деятельность к ВВП;
- инновации и предпринимательство – показатели, характеризующие долю инновационно активных малых и средних предприятий, долю венчурного капитала в ВВП;

Специалисты выделяют три основных вида инновационного предпринимательства:

- инновация продукции;
- инновация технологии;
- социальные инновации.

Первый вид инновационного предпринимательства – инновация продукции – представляет собой процесс обновления сбытового потенциала предприятия, обеспечивающий выживаемость фирмы, увеличение объема получаемой прибыли, расширение доли на рынке, сохранение клиентуры, укрепление независимого положения, повышение престижа, создание новых рабочих мест и т.д.

Второй вид – инновация технологии – это процесс обновления производственного потенциала, направленный на повышение производительности труда и экономию энергии, сырья и других ресурсов, что, в свою очередь, дает возможность увеличить объем прибыли фирмы, усовершенствовать технику безопасности, провести мероприятия по защите окружающей среды, эффективно использовать внутрифирменные информационные системы (5).

Последний вид инновационного предпринимательства – социальные инновации – представляет собой общий процесс планомерного улучшения гуманитарной сферы предприятия. Применение инноваций такого рода расширяет возможности на рынке рабочей силы, мобилизует персонал предприятия на достижение поставленных целей, укрепляет доверие к социальным обязательствам предприятия перед сотрудниками и обществом в целом.

В основе всех видов инновационного предпринимательства лежит создание и освоение новых видов продукции (товаров, услуг), изготовление, создание вещей, ценностей, благ, понимаемое в самом широком смысле слова. Главной и определяющей частью такого предпринимательства является создание и производство научно-технической продукции, товаров, работ, информации, духовных (интеллектуальных) ценностей, подлежащих последующей реализации покупателям, потребителям (4).

Эффект от внедрения и инноваций оценивается двумя видами показателей: эффективность инновационной деятельности – показатели, характеризующие объемы продаж инновационной продукции, долю занятых в высокотехнологичных отраслях производства и услуг; и права интеллектуальной собственности – показатели, характеризующие количество поданных заявок и полученных патентов, зарегистрированных новых торговых марок и промышленных образцов на 1 млн. жителей страны.

Среди главных движущих сил в экономике одной из прогрессивных форм инновационного развития в России могут стать малые инновационные предприятия. Благодаря своей деятельности они вносят существенный вклад в эко-

номический рост и снижение социальной напряженности внедрением новых товаров и услуг и созданием новых рабочих мест. Помимо внедрения новых товаров и создания рабочих мест они играют важную роль в деятельности корпораций, являясь базой для их научных исследований и технических разработок (венчурные фирмы). Если для крупных предприятий необходимы емкий рынок со стабильным и продолжительным спросом, специализированная продукция массового спроса, многочисленная рабочая сила, аккумуляция финансовых средств, то малые инновационные предприятия более гибкие, быстрее переключаются на разработку и производство новой продукции, более восприимчивы к новым идеям. Малые инновационные предприятия избегают ценовой конкуренции в борьбе за рынок, так как повышая цены, они теряют часть рынка в пользу конкурентов, а снижая цены – ничего не выигрывают. Поэтому малые инновационные предприятия более активно применяют политику, ориентирующуюся на повышение качества продукции, инновационные технологии и услуги, рекламу, послепродажное обслуживание (4).

Безусловно, инновация опирается на удовлетворение определенных общественных потребностей, но вместе с тем повышение эффективности использования отдельных ресурсов или повышение эффективности отдельных производственных подразделений, либо повышение эффективности предприятия в целом в результате внедрения новшества и получения нововведения происходит далеко не всегда. На конечный успех инновации, выражающийся в получении экономического эффекта или повышении эффективности функционирования предприятия, влияет совокупность факторов воздействие которых чрезвычайно сложно спрогнозировать (1).

Мировой опыт показывает, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствует ускоренному развитию народнохозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни населения. Но это только в целом. Так, известно немало случаев, когда вложение средств не только не окупалось, но и влекло за собой негативные последствия. Следовательно, совершенно справедлива постановка вопроса о том, насколько эффективны те или иные инвестиции и инновации (2). Кроме этого необходимо осуществлять оценку последствий внедрения инвестиций и инноваций с точки зрения их влияния на усиление процессов интенсификации общественного воспроизводства.

Инновации всегда реализуются в определенных организациях – на предприятии, в отрасли, учреждении. И поскольку организация – это иерархическая структура, то инновационный процесс – это процесс управляемый, точнее, планируемый и организуемый в рамках определенной системы управления. Рыночные факторы создают только стимулы для инноваций, а сам процесс по большей части организован правительствами, менеджерами проектов, специальными фондами.

Взаимосвязь инвестиционной деятельности и научно-технического прогресса имеет несколько аспектов. Важнейшим из них является рассмотрение инвестиций в качестве своеобразного катализатора научных исследований, что особенно важно в условиях превращения науки в непосредственную производи-

тельную силу общества. В этой связи должна быть сформирована модель финансирования экономического роста на основе инноваций, создающая возможность развития реального сектора экономики на базе последних достижений НТП и формирования оптимальной структуры общественного производства (5).

Инвестиционная деятельность в настоящее время играет наиболее важную роль в обеспечении поступательного и качественного экономического роста. Важно оценить способность страны мобилизовать не только свои внутренние, но и внешние инвестиционные возможности и ресурсы. Это обеспечится тогда, когда в экономике России будут созданы благоприятные условия для функционирования инвестиционного капитала с точки зрения налогообложения, защиты прав собственности и интересов всех партнеров по бизнесу, будут обеспечены политическая стабильность и приемлемый экономический курс.

Инвестиции в инновационный сектор экономики должны осуществляться как сверху, так и снизу. То есть необходимо инвестировать не только процесс разработки и внедрения инноваций в производственную деятельность. Важно также уделить внимание и инвестированию самого производства, проведению его технической и технологической модернизации, так как при примитивном уровне производства и технологий любые даже самые прорывные инновации обречены на провал.

Еще одна проблема инвестиционной составляющей инновационной деятельности связана с недоверием потенциальных инвесторов к любым начинаниям предприятий в области инновационной политики. В связи с этим возникает необходимость повышения привлекательности России и ее регионов для инвесторов, что требует существенного перераспределения внутренних инвестиций, комплекса мероприятий по структурной модернизации экономики России, техническому и технологическому перевооружению отраслей и производств, наиболее нуждающихся в инвестировании со стороны.

Развитие региональной сети предприятий – один из реальных факторов активизации хозяйственной деятельности малых инновационных предприятий. Повышению такой активности способствует и развитие конкуренции на рынке товаров и услуг. Выбор конкретных подходов по развитию малых инновационных предприятий является достаточно сложной проблемой, требующей решения. Региональные административные органы, поддерживая и развивая малые инновационные предприятия, должны способствовать формированию инновационного рынка товаров и услуг (5).

Таким образом, можно утверждать, что инновация – это новшество, внедренное в деятельность предприятия с целью повышения его эффективности на основе лучшего удовлетворения определенной общественной потребности. При этом следует отметить, что под эффективностью следует понимать определенный экономический, производственный, социальный, экологический и иной результат, ожидаемый от внедрения новшества.

Литература:

1. Глянцевич Ж.П. Инновации как фактор устойчивого развития экономики. ЦИИР, Гомель, 2009.

2. Джолдасбаева Г.К. Инновация как основной фактор повышения эффективности производства. [Электронный ресурс]. URL:http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_18/article_2933/.(дата обращения: 11.02.2012).

3. Рахманов Р.Т. Инвестиционное обеспечение инновационной деятельности в регионе // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2010. № 3.

4. Кузьмина Л. А. Инновационный процесс им качество экономического роста / Л. А. Кузьмина. // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова, 2010. № 4.

5. Малые инновационные предприятия как фактор экономического роста. [Электронный ресурс]. URL:<http://electrocontrol.net/maliye-innovacionniye-priedpriyatiya-kak-faktor-ekonomichyeskogo-rosta/>.(дата обращения: 28.01.2012).

С. ГОНЧАРОВА
н.р. Д.В. ПЕТРОВ

НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПОНЯТИЕ И ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ

Налоговая система представляет собой совокупность взаимосвязанных налогов, взимаемых в стране, форм и методов налогообложения, сбора и использования налогов, а также налоговых органов.

В пункте 1 статьи 12 НК РФ законодатель определяет структуру системы налогов и сборов, устанавливаемых в РФ. Система налогов и сборов в России отражает федеральное устройство российского государства и представлена тремя уровнями:

- федеральные налоги и сборы;
- региональные налоги и сборы;
- местные налоги и сборы.

Выделение трех уровней системы налогов и сборов в РФ позволяет четко дифференцировать полномочия представительных органов различных уровней в отношении конкретных видов налогов и сборов.

В Российской Федерации используются базовые принципы А.Смита, которые закреплены Конституцией РФ и другие, сформулированные на основе опыта и практики современной системы налогообложения:

– Принцип единства. Единство налоговой системы закреплено в ряде статей Конституции РФ. Так, например, статья 114 п. 1 Конституции РФ, согласно которой Правительство Российской Федерации обеспечивает проведение единой финансовой, кредитной и денежной политики;

– Принцип подвижности (пластичности). Этот принцип гласит, что налог и некоторые налоговые механизмы могут быть оперативно изменены в сторону уменьшения или увеличения налогового бремени в соответствии с объективными нуждами и возможностями государства;

– Принцип всеобщности налогообложения закреплен статьей 3 п.1 НК РФ. Каждое лицо должно уплачивать законно установленные налоги и сборы;

– Принцип равенства налогообложения предполагает равенство всех налогоплательщиков перед налоговым законом;

– Принцип справедливости предусматривает фактическую способность налогоплательщика уплачивать налог и обязательность каждого участвовать в финансировании расходов государства;

– Принцип экономической обоснованности – налоги и сборы должны иметь экономическое основание и не могут быть произвольными. Недопустимы налоги и сборы, препятствующие реализации гражданами своих конституционных прав;

– Принцип недискриминационности – налоги и сборы не могут иметь дискриминационный характер и применяется по-разному исходя из социальных, расовых, национальных, религиозных и иных подобных критериев;

– Принцип определенности – акты законодательства о налогах и сборах должны быть сформулированы таким образом, чтобы каждый точно знал, какие налоги (сборы), когда и в каком порядке он должен платить. При установлении налогов должны быть определены все элементы налогообложения;

– Принцип презумпции толкования в пользу налогоплательщика – все неустранимые сомнения, противоречия и неясности актов законодательства о налогах и сборах толкуются в пользу налогоплательщика (плательщика сборов);

– Принцип однократности налогообложения – один и тот же объект может облагаться налогом одного вида и только один раз за определенный законом период налогообложения.

Принципиальная концепция, лежащая в основе формирования налогового законодательства Российской Федерации, - создание системы законов о налогах прямого действия, исключающей издание конкретизирующих и развивающих их подзаконных актов. Именно законодательная основа налогов, исключая возможность неоднозначного толкования тех или иных положений, создает необходимые условия для подлинной защиты прав налогоплательщиков.

Литература:

1. Райзберг Б.А., Лозовский А.Ш., Стародубцев Е.Б. Современный экономический словарь 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2007. 495 с.

2. Черник Д.Г., Майбурова И.А. Налоги: учебник для вузов. 3-е изд., перераб., и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 479 с.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации с изм. и доп. на 1 сентября 2010 года. М.: ООО «Рид Групп», 2010. 800 с.

**Н. ДУДКА (КИМПшМ)
н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ**

РОЛЬ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕЖЕК И ИХ ОЦЕНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Трансакционные издержки – это издержки, возникающие в процессе поиска партнера, ведения переговоров о коммерческой сделке, ее заключения и контроля за ходом ее выполнения. Они включают как собственно издержки (например, на обработку информации или на транспорт), так и, что важно, затрачиваемое время (1).

Обычно выделяют пять основных форм трансакционных издержек:

- издержки поиска информации;

- издержки ведения переговоров и заключения контрактов;
- издержки измерения;
- издержки спецификации и защиты прав собственности;
- издержки оппортунистического поведения.

Представляется, что именно эта категория затрат в условиях рынка заслуживает особого внимания. Исследование их динамики позволяет приблизиться к ответу на вопрос, в какой мере то или иное институциональное образование выполняет свое основное предназначение – установление четких «правил игры», способствующих минимизации неуверенности экономических агентов относительно друг друга, и созданию процедур, побуждающих к сотрудничеству.

Необходимо отметить, что информация является одним из важных экономических ресурсов. Она необходима при заключении сделок, проведении различных рыночных операций, управление персоналом на предприятиях и фирмах. Неполнота информации является неперенным признаком экономической жизни. Большая или меньшая неполнота информации может влиять на условия и особенности функционирования рынков, создавая дополнительные транзакционные издержки для экономических агентов.

Каждому экономическому агенту доступен лишь ограниченный массив информации. Одной из основных причин неполноты информации об объеме сделке, условиях ее проведения и возможных последствиях является то, что получение информации связано с затратами ресурсов. Рациональный экономический агент не будет платить за информацию больше того уровня, на котором предельные издержки на ее получение превышают предельный доход от ее использования (2).

Категория транзакционных издержек была введена в экономическую науку в 1930-е гг. Рональдом Коузом и ныне получила широкое распространение. В своей статье «Природа фирмы» он определил транзакционные издержки, как издержки функционирования рынка.

Им была разработана концепция, никогда, впрочем, не сформулированная строго в качестве теоремы и касающаяся взаимоотношений между экономическими объектами, подвергающимися другим и подвергающимися внешним воздействиям. Ее суть состоит в следующем. Если под внешними издержками понимаются издержки, связанные, например, с загрязнением окружающей среды, то, согласно теореме Коуза, при четком определении прав собственности сторон они могут прийти к взаимоприемлемому соглашению о возмещении убытков или ином перераспределении ресурсов и это может снять вопрос о так называемых общественных издержках загрязнения среды. Однако достижение и реализация соглашения потребует определенных транзакционных издержек.

Таким образом, по Коузу, свобода рыночного обмена в условиях однозначного определения прав собственности его участников ведет к повышению эффективности распределения ресурсов в обществе. Теорема Коуза стимулировала исследование, находящиеся на стыке экономики и гражданского права.

Теорема Коуза имеет много трактовок и расширительных толкований. Одно из них говорит о том, что при отсутствии транзакционных издержек об-

щество не требуется специально создавать институциональные и организационные условия для производства и торговли – они вполне направляются “невидимой рукой” рынка. Но поскольку в реальности такие институты и организации существуют, они могут рассматриваться как результат выбора, подчиненного ограничениям в виде трансакционных издержек. И задача государства состоит в их возможной минимизации. На основе теоремы Коуза были объяснены факты возникновения такого института, как фирма (в условиях частной собственности она сокращает трансакционные издержки, которые могли бы нести индивидуальные, не объединенные в фирме производители), а также причины неэффективности централизованно планируемой (по западной терминологии – коммунистической) экономической системы, отличающейся чрезвычайно высокими трансакционными издержками.

Для оценки трансакционных издержек, связанных с качеством, до сих пор использовались преимущественно косвенные методы. С помощью эмпирического учета основных параметров отдельных форм реализации определенных услуг удается оценить различия в относительных размерах трансакционных издержек. Хотя таким путем нельзя точно сопоставить эффективность отдельных сделок, выявленные тенденции все же можно использовать в качестве достаточно четких оценочных критериев.

В качестве прямого метода денежной оценки отдельных трансакций дискутируется так называемый расчет издержек процесса. Оценка трансакций по этому методу предпочтительна в тех случаях, когда оцениваемые процессы часто повторяются, а диапазон принимаемых решений относительно узок (например, проверка принимаемой продукции или обработка рекламаций).

При закупочных трансакциях метод расчета издержек процесса позволяет количественно определить основные составляющие так называемых издержек владения, которые включают затраты на приобретение, эксплуатацию, техническое обслуживание и послепродажный сервис. Эти издержки возникают при внешних закупках и отпадают при производстве услуг собственными силами.

Чтобы идентифицировать поля применения метода количественного исчисления издержек процесса для той или иной трансакции, целесообразно рассмотреть характер альтернативных вариантов в разрезе трех теоретически возможных видов обменных отношений.

Устойчивые хозяйственные связи или единичная акция. При обменных процессах, протекающих в рамках хозяйственных связей, предприятие-поставщик хорошо знает своего клиента. По опыту прошлых сделок оно располагает специфическим “ноу-хау” в общении со “старым клиентом”, что позволяет со временем стандартизировать регулярно повторяющиеся процессы. Возможность применения метода расчета издержек процесса для количественного определения трансакционных издержек повышается по мере того, как увеличивается продолжительность хозяйственных отношений и растет частота выдаваемых заказов.

Впервые попытку систематической оценки трансакционных издержек в экономике в целом предприняли Д. Норт и Дж. Уоллис. Ее результаты нашли

отражение в статье «Измерение транзакционного сектора в американской экономике в 1870-1970 годах».

Авторы предлагают оценить транзакционные издержки через анализ четырех типов отношений и соответствующих им видов деятельности:

- а) отношения между отдельными покупателями и продавцами;
- б) внутрифирменные отношения;
- в) производство услуг фирмами-посредниками различных видов;
- г) отношения, связанные с защитой прав собственности.

Рассмотрим транзакционные издержки, которые возникают при покупке и продаже, например финансового продукта или услуги. Сначала выясним, как данная проблема выглядит со стороны покупателя. Транзакционные издержки включают:

- затраты на получение информации о предлагаемых на рынке финансовых продуктах или услугах;
- затраты, в том числе времени, на выбор финансового продукта (услуги);
- затраты на оформление сделки купли-продажи такового.

Следует отметить, что здесь возникает проблема в связи с появлением вторичных транзакций, когда, например, покупатель нанимает юриста, который, в свою очередь, использует услуги охранника, секретаря, ассистента. Вот почему определение издержек как транзакционных является относительным. В данном случае расходы на услуги юриста являются элементом транзакционных издержек покупки продукта.

При продаже к транзакционным относят те издержки, которые не надо было бы нести, если бы продавец продал его сам себе. В транзакционные издержки продажи финансового продукта входят: расходы на рекламу; издержки, связанные с доказательством надежности для контрагента (репутация); время и средства, затрачиваемые на демонстрацию возможностей продукта потенциальным покупателям; оформление сделки.

При анализе сделки по покупке финансового продукта или услуги мы сталкиваемся с ситуацией, когда транзакционные издержки делятся с точки зрения возможностей их количественной оценки. Данной оценке относительно легко поддаются транзакционные издержки по непосредственному оформлению сделки, поиску информации, рекламе. Оценка же затрат на выбор финансового продукта или услуги покупателем и соответствующие затраты продавцами, отчасти затраты на создание своей репутации, могут быть осуществлены с большим трудом через определение величины вмененных издержек.

Второй вариант предполагает более простую схему: акционеры как бы заключают контракты напрямую с непосредственными производителями, то есть теми, кто сам участвует в процессе трансформации ресурсов в продукт. Тогда все расходы, связанные с содержанием людей на промежуточных должностях в иерархии (мастера, инспекторы, контролеры, клерки, менеджеры), составляют ту часть издержек производства, которая не может быть перенесена на непосредственных производителей, а это как раз и является существенной характеристикой транзакционных издержек.

Среди методов минимизации транзакционных издержек можно выделить такие как:

1. Проводимая государственная политика. Государство использует всю свою мощь и полномочия для сбора, обработки и предоставления на практике ценнейшей экономической информации, обеспечивая при этом доступность к ней других субъектов экономики, что естественно снижает уровень экономической неопределенности и как следствие – уровень транзакционных издержек. Одновременно благодаря сильной социальной политике государства происходит формирование квалифицированной и с гражданской ответственностью рабочей силы, которой чужда идеология оппортунистического поведения, что неизбежно способствует уменьшению транзакционных издержек предприятия.

2. Вертикальная интеграция (построение корпораций). Вертикальная интеграция позволяет избежать противоречия между эффективными инвестициями и эффективной последовательной адаптацией. Последовательность приспособительных изменений становится поводом для совместного действия, а не для оппортунистического захвата преимуществ; риски могут быть уменьшены; механизмы внутреннего управления сглаживают переход между последовательными этапами. Теория транзакционных издержек предсказывает, что в случае высокой степени специфичности активов вертикальная интеграция более эффективна, чем рыночный контракт.

3. Развитие информационных технологий, интернет: применение поэтапных стратегий использования информационных технологий и формирования информационно-коммерческих систем, предусматривающих рационализацию их транзакционных затрат; развитие принципиально новых видов электронных коммуникаций приводит к стремительному сокращению транзакционных издержек и, как следствие, - к трансформации существующих политических и экономических институтов.

4. Развитие инструментария бенчмаркинга. Разработаны методические рекомендации по использованию инструментария бенчмаркинга на различных этапах хозяйственной связи в целях уменьшения совокупной величины транзакционных и логистических затрат.

5. Нейролингвистическое программирование: нейролингвистическое программирование занимается неинституциональными методами минимизации транзакционных издержек, т. е. когда минимизируются издержки без создания каких: либо социальных институтов; речь идет об альтернативном подходе к минимизации транзакционных издержек.

6. Распределение контроля внутри организации. Исследования факторов развития организации как способ минимизации транзакционных издержек.

7. Транзакционный анализ: применение методики «институционального» анализа баланса. Идея институционального анализа баланса состоит в переносе акцента на транзакционную составляющую финансовой информации.

8. Применение процессной модели управления: уровень внутренних транзакционных издержек определяется в декомпозиции процессом выработки согласованных условий деятельности, результатом которого является система

управления и уровень автоматизации бизнес-процессов. Решения в области автоматизации позволяют сократить время на подготовку управленческого решения и снизить удельные затраты на транзакцию. Решения в области реинжиниринга позволяют изменить форму зависимости между объемом товарной продукции и количеством транзакций.

9. Моделирование регулятивных структур: создание регулирующих институтов для возможности отслеживания поведения и деятельности крупных организаций, например, недавно приватизированных инфраструктурных монополий. Когда транзакционные издержки принимаются во внимание, структуры и процессы будут влиять на результаты регулирования и, следовательно, должны быть явно учтены в разработке регулирования, основанного на мотивации (3).

Литература:

1. Яндекс-словари: [Электронный ресурс]: URL: <http://slovari.yandex.ru/> транзакционные%20издержки/Лопатников/Транзакционные%20издержки/

2. Белицкая О.В., Богородский А.И. Транзакционные издержки и их влияние на эффективность информационного обеспечения управления предприятий, фирм, отраслей // Вестник №7 Кубанского института международного предпринимательства и менеджмента Краснодар, 2005. 175 с.

3. Транзакционные издержки и их измерение. [Электронный ресурс]: URL: <http://www.coolreferat.com>.

А. ЕВТЫХ
н.р. В.К. ЛУКИН

**ПРОБЛЕМЫ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Совершенствования налогового администрирования представляет собой одну из первоочередных задач налоговой политики РФ на современном этапе и на среднесрочную перспективу. Качество налогового администрирования определяет эффективность налоговой системы страны, ее фискальную отдачу.

Несовершенство налогового администрирования, «болевые» точки при осуществлении налогового контроля, проблемы налогового законодательства часто обсуждаются специалистами в области налогообложения, органами власти и налогоплательщиками. Если проанализировать точки зрения по поводу проблем в области налогового администрирования, то данные проблемы можно сгруппировать следующим образом:

1. Проблемы правового характера. Налоговое администрирование, прежде всего, нацелено на соблюдение налогового законодательства всеми участниками налогового процесса. Но проблема здесь кроется в том, что налоговое законодательства РФ, во первых слишком неустойчиво, во вторых, запутанно и противоречит в определенной части экономическим реалиям. В третьих, налоговое законодательством РФ, а точнее, вносимые в него изменения часто подвержены субъективным причинам. Как отмечают О.В. Врублевская и М.В. Романовский (1), «принятие каждого налогового закона в Государственной Думе сопровождается серьезной закулисной борьбой и лоббированием интересов отдельных отраслевых комплексов и социальных групп». Кроме того, налоговое

законодательство РФ содержит несколько неурегулированных моментов, которые приводят к созданию новых и использованию уже хорошо известных и налоговым органам и всем налогоплательщикам налоговых схем.

2. Проблемы организационного характера. Как уже было отмечено ранее, налоговое администрирование, по сути, есть практическая деятельность налоговых органов. Для качественного исполнения функции администрирования налогов в современных экономических условиях необходимо сочетание нескольких факторов:

- наличие высококвалифицированных специалистов в налоговых органах;
- наличие новых технологий (программных продуктов) для осуществления многих функций в электронном виде для упрощения многих процедур, как для работников налоговых органов, так и для налогоплательщиков;
- скоординированная работа уполномоченных ведомств по обмену данными с налоговыми органами.

В отношении двух последних перечисленных факторов существуют серьезные проблемы, хотя в последние годы ситуация существенно изменилась. Что касается внедрения и использования информационных технологий при проведении администрирования, то данные процедуры проводятся на хорошем уровне. Налоговые инспекции устанавливают программные продукты, создают единые базы данных, широко стал использоваться сайт ФНС для работы с налогоплательщиками.

В настоящее время существуют пробелы при осуществлении обмена данными между государственными органами и налоговыми инспекциями. Так, происходят сбои или задержки при передаче данных от органов внутренних дел (паспортных столов, миграционной службы, ГИБДД) в налоговые органы, в результате чего налогоплательщики несколько лет могут получить уведомления об уплате транспортного налога на проданный автомобиль или квитанцию не на свое имя или не по месту жительства.

3. Проблемы социально-психологического характера. В России конфронтация интересов фискальных органов и экономических субъектов очень велика. Налоговая культура в России всегда была и остается крайне низкой. Проблемы социально-психологического характера складываются из сочетания следующих факторов:

- менталитет российского налогоплательщика, который направлен, прежде всего, на сокрытие доходов и минимизацию налогов;
- экономическая неграмотность налогоплательщиков;
- недоверие налогоплательщиков к налоговым органам, часто вследствие неправильного поведения последних. Не секрет, что должностные лица налоговых служб при осуществлении проверок или просто при взаимодействии с налогоплательщиками позволяют себе проявление грубости, негативизма, подозрительности, предвзятости в отношении налогоплательщиков.

В настоящее время Министерство финансов совместно с ФНС определяет стратегической целью налоговой политики формирование и функционирование эффективной налоговой системы. При этом определяется своеобразное «дерево целей» исходя из теории менеджмента: определяется стратегическая цель, так-

тические задачи и конкретные мероприятия. Исходя из данных ДРОНД Министерства финансов на 2010-2012 гг. (2), для достижения стратегической цели большая ответственность возложена на ФНС и территориальные органы, причем большинство задач и мероприятий связаны с совершенствованием налогового администрирования. Цель: формирование и функционирование эффективной налоговой системы.

На ФНС возлагаются задачи:

Повышение собираемости основных налогов

Администрирующие мероприятия: выявление новых способов и схем, использующихся для уклонения от налогообложения, осуществление мониторинга, крупнейших налогоплательщиков, включая организации в сфере естественных монополий, доведение сведений о реквизитах счетов Федерального казначейства и информации об их изменениях.

Снижение издержек бизнеса, связанных с налоговым администрированием.

Администрирующие мероприятия: информирование налогоплательщиков, предоставление форм налоговой отчетности и разъяснение порядка их заполнения, проведение внутреннего аудита налоговых органов, выработка единой правоприменительной практики налоговых органов, развитие системы электронного взаимодействия, обеспечение своевременного и полного рассмотрения обращений граждан.

Перед Министерством финансов ставится задача по обеспечению экономически обоснованной налоговой нагрузки.

Администрирующие мероприятия: подготовка основных направлений налоговой политики в РФ, анализ и прогнозирование влияния налоговой нагрузки на функционирование отраслей экономики.

Несомненно, главными приоритетами налогового администрирования должны стать выявление и предотвращение использования налоговых схем, определение жестких мер ответственности за уклонение от уплаты налогов.

Принимаемые нормативно-правовые акты по налогам и сборам должны регламентировать не только порядок их исчисления, но и максимально четко определять все составляющие налогового администрирования. При этом система администрирования налогов должна быть эффективной с точки зрения главенствующей государственной цели – обеспечение необходимых налоговых поступлений в бюджетную систему и одновременно снижение уровня издержек на исполнение налогового законодательства, как для государства, так и для налогоплательщиков.

Грамотно сбалансированное и эффективное налоговое администрирование, сочетающее в себе интересы и государства, и налогоплательщиков, является важнейшей составляющей экономических, социальных и политических преобразований в стране.

Литература:

1. Финансы, денежное обращение и кредит. Под ред. Врублевской О.В., Романовского М.В. М.: Юрайт-Издат, 2006.-543 с.

2. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности субъекта бюджетного планирования – Федеральной службы по тарифам на 2010-2012 гг. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fstrf.ru/about/bor/drond/4>.

Ю. ИВАНОВА
н.р. Р.К. ДУХУ

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Современная банковская система России берет свое начало в 1989 году. Начиная с этого года, она претерпела ряд реформ, прошла в своем развитии - от этапа экстенсивного развития до этапа стабилизации. В XXI веке, на мой взгляд, система вступила в новый этап - это этап функционирования банковской системы страны в условиях мирового финансового кризиса.

Банковская система нашей страны, как и любого государства с рыночными отношениями имеет двухуровневый характер - состоит из двух блоков - Центрального банка РФ и коммерческих банков. Однако в России, хочу заметить, подобная система действует только лишь с 80-х годов 20-го века. Долгое время банковская система СССР считалась по праву одноуровневой.

В России все банки имеют четко выраженную частную собственность. Причем эта частная собственность, весьма ограниченного круга лиц. Исходя из того, что если в деятельности предприятия (в данном случае банка) присутствует физическое лицо, то это предприятие имеет частную форму. Сбербанк - банк акционерный. Его акциями владеют топ менеджеры самого банка, государство, и ряд частных компаний. Не удержусь от исторического факта. Самое интересное, что Государственные банки СССР, существовали именно как государственные банки, и их деятельность четко регламентировалась постановлениями Правительства и т.д. Банк России сегодня не отвечает по обязательствам Государства.

Следует заметить, что современная российская экономика в целом и банковская сфера в частности имеют относительно невысокую инвестиционную привлекательность, о чем свидетельствует динамика инвестиций, а в отношении банковского сектора - и снижающаяся доля иностранного капитала.

Много недоразумений обычно вызывает вопрос об уровнях банковской системы. Мировая и отечественная банковская практика и теория говорят, что совокупность действующих в стране банков и иных кредитных организаций может иметь одно- либо двухуровневую организацию. Один уровень (ярус), первый, верхний – центральный банк, другой уровень (ярус), второй, нижний, базовый – коммерческие банки и прочие кредитные организации (небанковские). Иных принципиальных вариантов не существует. Развитая банковская система как элемент рыночной экономики должна и может быть только двухуровневой.

Тем не менее в России по-прежнему появляются предложения конструировать банковскую систему, которая бы включала в себя больше 2-х уровней. Указанные предложения ошибочны, однако они своеобразно отражают некую объективную реальность, а именно достаточно сложную структурную организацию каждого из названных уровней, особенно второго, нижнего. Во-первых, как уже было показано, этот уровень включает в себя, по крайней мере, 2 крупных блока – коммерческие банки и прочие кредитные организации (а если счи-

тать вспомогательные организации, то 3 блока). Все организации, входящие в указанные блоки, являются коммерческими, находятся на одном уровне логически и фактически (по правовому статусу и выполняемым экономическим функциям). Следовательно, все элементы нижнего яруса банковской системы при всех различиях между ними занимают по крупному счету один уровень, поскольку, с одной стороны, не зависят друг от друга, равноправны, однопорядковы в рамках закона, могут согласовывать свои действия по принципу координации или конкурировать; с другой стороны, все они в равной мере должны подчиняться контролю и регулированию со стороны центрального банка, с которым находятся в отношениях субординации.

Во-вторых, каждый из блоков в свою очередь также имеет достаточно сложную структуру и распадается на многоэлементные подуровни. Так, коммерческие банки могут и должны (в тех или иных аналитических целях) классифицироваться на самые разнообразные виды на основе разных критериев (признаков). Например, по общепринятому критерию формы собственности банки должны быть поделены на 4 вида: государственные, частные, кооперативные, смешанные. И ни один из этих видов, включая банки государственные (здесь не имеется в виду, конечно, центральный), на статус особого уровня (яруса) банковской системы наряду с названными выше двумя уровнями претендовать не может.

Возьмем другой общеизвестный критерий – характер деятельности, в соответствии с которым все коммерческие банки делятся на реально универсальные и фактически специализированные (специализированные по отраслям и специализированные функционально). На самом деле каждый универсальный банк (т.е. реально проводящий максимально широкий круг операций) обычно в каждый данный момент времени специализируется на ограниченном числе операций (использует на их проведение большую часть своих ресурсов). Таким образом в условиях России так называемые специализированные банки также проводят все требуемые Законом и нужные клиентам операции. В результате сама классификация в значительной мере условна. Но даже, если между банками обнаружатся существенные различия по степени универсализации или специализации (предположим, один банк реально работает как универсальное заведение, не отдавая предпочтения никаким операциям и никаким клиентам, второй обслуживает главным образом строительные организации, т.е. приобрел отраслевую специализацию, а третий предпочитает иметь дело со страховыми фирмами, т.е. является функционально специализированным), сам по себе такой факт не может служить основанием для «конструирования» каких-то новых уровней банковской системы.

Введем новый критерий – способ участия в рыночных процессах. На его основе коммерческие банки можно разделить на 2 вида: проводящие все свои рыночные операции (сделки) индивидуально, в одиночку; проводящие отдельные операции (сделки) в кооперации с другими банками как юридически самостоятельными лицами, т.е. в составе тех или иных банковских объединений, групп, холдингов (Закон разрешает такие действия). Можно ли полагать, что в

последнем случае возникает какой-то новый уровень или элемент банковской системы, который можно было бы поставить рядом с «банком» и «небанковской кредитной организацией»? Думается, что нет.

Таким образом, банковская система состоит из 4-х элементов (из 3-х элементов – без вспомогательных организаций), которые группируются в 2 уровня. И каждый уровень, каждый базовый элемент системы имеет сложную внутреннюю структуру. Можно выделить подтверждаемые мировой и отечественной практикой принципы формирования и функционирования здоровой и эффективной банковской системы. К их числу относятся: принцип управляемости (развитие на основе прогнозирования, планирования и программирования); принцип эволюционности (постепенность и основательность развития); принцип адекватности (адекватность реальному сектору экономики и адекватность элементов банковской системы друг другу, т.е. их совместимость, согласованность действий, взаимодополняемость, единство принципов и способов работы); принцип функциональной полноты (наличие всех необходимых элементов системы в нужных пропорциях);

принцип саморазвития (способность противостоять угрозам стабильности и способность совершенствоваться); принцип открытости (свобода входа и выхода из банковской системы, цивилизованные отношения между элементами системы, информационная прозрачность их действий); принцип эффективности (включая эффективность для клиентов и для экономики страны в целом); принцип адекватного правового сопровождения.

Практически каждый из названных принципов и требований в большей или меньшей мере не выполняется отечественными банками и всей их совокупностью. Именно поэтому банковский кризис, пик которого пришелся на август 1998 г., был закономерен и неизбежен. Он был, в частности, проявлением того, что совокупность действующих в России кредитных организаций еще далеко не обрела обязательных признаков органичной системы. Формирование такой системы остается актуальной задачей на перспективу. Таким образом, в Российской Федерации постепенно формируется кредитная система, которая строится на тех же принципах, что и в странах с развитой рыночной экономикой.

В заключении, хотелось бы отметить прогноз экспертов Moody's о развитии Банковской системы РФ на 2012 год: «... резервы банков на возможные потери по ссудам увеличатся примерно до 12% всех кредитов к концу 2012 года по сравнению 9,6% в середине 2011 года. Но, несмотря на "неутешительный" прогноз для банковской системы РФ, 91% российских банков имеют "стабильные" прогнозы по рейтингам.

Литература:

1. Бабичева Ю.А., Мостовая Е.В. Российские банки: проблемы роста и регулирование. М.: «Экономика», 2009.
2. Деньги, кредит, банки: конспект лекций / под ред. Г.Н.Белоглазовой. М. Юрайт, 2009.
3. Марданов Р.Х. О развитии концептуальных подходов к стандартизации качества банковской деятельности // Стандартизация качества банковской деятельности как инструмент повышения устойчивости и конкурентоспособности банковского сектора России. 2008. С.29-38.
4. Тосунян Г.А. Перспективы развития банковской системы России // Вестник Ассоциации российских банков. 2007. №15. С.24-29.

5. Улюкаев А., Данилова Е. Российский банковский сектор в условиях нестабильности на мировом финансовом рынке: проблемы и перспективы // Вопросы экономики. 2008. №3. С. 4-19.
6. Фетисов Г.Г. Монетарная политика и развитие денежно-кредитной системы России в условиях глобализации: национальный и региональный аспекты. М.: Экономика, 2006. 508 с.
7. Хохлов В.М. О путях развития банковской системы России. // Вестник Ассоциации российских банков // Вестник Ассоциации российских банков. 2007. №18. С.53-57.
8. Шестаков А.В. Банковская система РФ: Учебное пособие. М. МГИУ, 2005.
9. Банковское дело. Учебник / под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. 5-е изд., доп. и перераб. М.: Финансы и статистика, 2003. 592 с.
10. Банковское дело. Учебник / под ред. Г.Г.Коробовой. М.: Юрист, 2002. 751 с.

С. КИМ
н.р. Н.А. ШИШКИНА

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ КАМЕРАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК

В налоговом кодексе РФ, как известно, определены два вида налоговых проверок – выездные и камеральные. Их целью является контроль над соблюдением налогоплательщиком, плательщиком сборов или налоговым агентом законодательства о налогах и сборах (1).

Камеральная налоговая проверка проводится по месту нахождения налогового органа на основе налоговых деклараций (расчетов) и документов, представленных налогоплательщиком, а также других документов о деятельности налогоплательщика, имеющихся у налогового органа (3).

Нельзя не согласиться с мнением Т.А. Цыганенко (3) о том, что в системе налогового контроля лидирующие позиции занимают камеральные проверки. Это, по её мнению, обусловлено рядом факторов:

- 1) меньшая трудоемкость по сравнению с проведением выездных проверок, максимальная возможность автоматизации;
- 2) полный (100%) охват налогоплательщиков, предоставивших налоговую отчетность в налоговые органы;
- 3) возможность анализа уровня и динамики основных показателей финансово-хозяйственной деятельности организаций, проверки отчетных показателей на предмет сопоставления с данными внешних источников;

Данные для оценки эффективности выездных и камеральных налоговых проверок по Краснодарскому краю за 2011г. приведены в таблице (4).

Сравнительный анализ эффективности выездных и камеральных налоговых проверок по Краснодарскому краю за 2011г.:

Наименование показателя	2011 г.
Количество проведенных камеральных проверок (шт.)	807 207
Из них выявивших нарушения (шт.)	46 456
Доначисленные налоги (тыс. руб.)	2 936 299
Количество проведенных выездных проверок всего (шт.)	5 465

Из них выявивших нарушения (шт.)	2 797
Доначисленные налоги (тыс. руб.)	3 733 281

Из таблицы видно, что доначисления налогов по ВМП более эффективны, чем по КМП, т.к. за 2011 г. их больше на 796 982 шт. или на 21.3%. Однако, количество КМП больше количества проведенных ВМП на 801 742 шт. Таким образом, видно, что количество ВМП составляет всего лишь 0.7% по сравнению с КМП. Это говорит о том, что «камеральщики» охватывают больше налогоплательщиков как организаций, так и физических лиц, предоставивших налоговую отчетность. Связано это с тем, что срок КМП составляет 3 месяца, а ВМП не может продолжаться более двух месяцев, но указанный срок может быть продлен до 4-6 месяцев (п.2 ст.88 и п.6 ст.89 НК РФ). Так же срок приостановления ВМП составляет не более 6 месяцев, а при получении информации от иностранных государственных органов еще 3 месяца. Срок же требования о предоставлении необходимых пояснений или внесении исправлений (если выявлены ошибки, противоречия, несоответствия) КМП составляет 5 дней (п.9 ст.89 и п.3 ст.88 НК РФ). Так же нужно не забывать о бумажной волоките, которая касается ВМП, а именно составление и вручение Справки о проведенной ВМП (п.15 ст.89 НК РФ) (1).

Таким образом, можно сказать, что КМП позволяют охватить большое количество налогоплательщиков. Поэтому приоритетным направлением контрольной работы налоговых органов в настоящее время является усиление аналитической составляющей работы, внедрение комплексного экономико-правового анализа финансово-хозяйственной деятельности проверяемых объектов, в связи, с чем в перспективе, возможно, сделать камеральные проверки основной формой налогового контроля.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая: федеральный закон Российской Федерации от 31 июля 1998 г. N 146 (в ред. От 09.03.2010 № 20-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 1998. № 31. Ст. 3824; Российская газета. 2010. 12 марта. С. 17.
2. Пансков В.Г. Налоги и налоговая система Российской Федерации: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2008. – 560 с.
3. Цыганенко Т.А. Совершенствование системы налогового контроля // Сборник научных трудов. [Электронный ресурс]. URL:<http://ibl.ru/konf/041208/57.html>.
4. Отчет о результатах контрольной работы налоговых органов. № 2 –НК за 2009 г. // Управление ФНС по Тюменской области. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.r72.nalog.ru/document>.

И. КОНЕВА
н.р. **В.К. ЛУКИН**

ПРИЧИНЫ НАРАСТАЮЩЕГО ВНИМАНИЯ К ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

К репутации организации в последние десятилетия возник повышенный интерес как общества в целом, так и со стороны самих организаций. Индивид, принимая решение о сотрудничестве с какой-либо организацией, стал во многих случаях руководствоваться именно информацией о репутации организации. Таким образом, репутация стала, с одной стороны, важной категорией, которая характеризует общественное мнение об организации, с другой - одним из важ-

нейших активов организации, так как процесс формирования этого актива происходит при взаимодействии общества и организации. Формирование репутации организации охватывает ее деятельность во всех направлениях – это и производство, и финансы, и экономика, и инновации, и кадры, и экология, и отношения с государственными и контролирующими органами, участие в социальных проектах, что, в конечном счете, оказывает существенное влияние на становление социальной структуры общества. Каждое из указанных направлений является специфическим видом деятельности.

Как ни удивительно, среди системных исследователей репутации организации можно выделить не более десятка ученых. В российских научных кругах тема формирования репутации на данном этапе не получила системного развития.

Большинство ученых, работающих над проблемами формирования репутации организации – это ученые-практики. Среди них можно выделить: А. Ситникова, Г. Ханова, В. Пахомова, Д. Бородин, Д. Гавру, И. Кузьменкова, А. Шмарова, Ю. Полунина.

Среди известных зарубежных специалистов в области формирования репутации организации можно выделить К. Фомбруна, К. Фосса, Д. Карталия, Г. Даулинга.

Сегодня не подлежит сомнению тот факт, что деловая репутация является важнейшим нематериальным активом предприятия, несмотря на то, что она существенно отличается от других нематериальных активов содержанием, способами приобретения или выбытия, методами оценки.

Эксперты сходятся во мнении, что хорошая репутация делает компанию более привлекательной для инвесторов, повышает ее капитализацию, позволяет увеличить доход, обеспечивает более слоев населения. Ученые публикуют результаты исследований, доказывающих положительное влияние репутации на прочие параметры бизнес-модели. Нет сомнений, управлять репутацией надо. Проблема управления репутацией переживает настоящий "бум". "Репутация – ценный нематериальный актив компании, который накапливается годами и может быть разрушен в одночасье" – эта фраза в тех или иных вариациях, как мантра, звучит на конференциях, мелькает на страницах деловых изданий, появляется в корпоративных бизнес-планах.

Тем не менее, в штатных расписаниях компаний все еще не существует должности "директор по корпоративной репутации". Этот вид деятельности пока не выделен в самостоятельную дисциплину, вузы не готовят соответствующих специалистов, нет понимания, чем и как управлять – как организовать процесс, как оценить результат.

В России в ответ на веяния времени первыми включили модное слово в свои лексиконы PR-специалисты, которые зачастую рассматривают это понятие как синоним слова "имидж", не особенно заботясь о глубинном понимании различий. На Западе, к опыту которого мы привыкли апеллировать, забота о корпоративной репутации признана одной из самых важных задач высшего руководства компаний.

Отечественный бизнес пока что далек от первых строчек мировых репутационных рейтингов – нам есть над чем работать, тем более что в свете всепоглощающей глобализации имеются все основания говорить о дальнейшем повышении актуальности данной задачи.

Россия является одной из четырех наиболее перспективных для инвестирования стран - почти треть иностранных топ-менеджеров из чуть менее полутора тысяч опрошенных собираются в ближайшие три года развивать свой бизнес в нашей стране.

Зарубежные фирмы планируют привлекать новых клиентов, активизировать работу с уже имеющимися, выводить на рынок новые продукты, образовывать партнерские альянсы, создавать локальные офисы, проводить слияния и поглощения. Для российского рынка это может означать следующие варианты развития событий: а) усиление конкуренции; б) создание новых стратегических партнерств; в) смену собственников бизнеса.

В каждом из трех случаев хорошая репутация становится источником дополнительных выгод для локальных игроков. Во-первых, в сочетании с преимуществом знания специфики "домашнего" рынка она дает возможность сохранить лояльность клиентов как в условиях активизации деятельности уже работающих в России зарубежных компаний, так и при появлении новых конкурентов.

Во-вторых, хорошая репутация повышает шансы на заключение выгодных и перспективных партнерских соглашений и позволяет отечественным компаниям, оказавшимся участниками процесса слияний и поглощений, реализовать свои активы по более высокой цене.

Очевидно, что для достижения заметного эффекта любые предпринимаемые организацией действия по управлению деловой репутацией должны носить долгосрочный и системный характер, быть интегрированными в ключевые бизнес-процессы.

Рано или поздно любая компания сталкивается с необходимостью целенаправленно формировать свою репутацию. Это связано, прежде всего, с необходимостью обеспечения динамичного развития компании, привлечения инвестиций и повышения ее конкурентоспособности. Предпочтительным вариантом является ситуация, когда на фоне благополучия компания закладывает основы будущей стабильности в виде инвестиций в репутацию.

Однако возможна и принудительная "пожарная" коррекция репутации, которая может быть связана с необходимостью выхода из кризиса, переживаемого компанией в силу самых разных (зависящих и не зависящих от нее самой) причин. И, наконец, зачастую процесс построения или коррекции репутации бывает обусловлен предполагаемой в будущем продажей компании и желанием максимизировать доходы, поскольку доброе имя рынком оценивается очень дорого.

Литература:

1. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.dist-cons.ru/>
2. Соркин С.Л. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: экономика и управление. Учебное пособие. Мн.: Соврем. шк., 2006. 283 с.
3. Максимцев И.А. Модернизация России: социально-экономический и технологический аспект. Учебное пособие. СПб.: СПбГУЭФ, 2008. 158с.

4. Соломатин А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли. Учебник. СПб.: Питер, 2009.

5. Захаров Н.Л. Управление социальным развитием организации. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2006. 263 с.

Ю. КОСТРОМЕЕВА

н.р. Д.В. ПЕТРОВ

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ

Развитие рыночных отношений объективно связано с новыми процессами устойчивого развития предпринимательских структур. Малое предпринимательство – неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Малое предпринимательство в определенных условиях и времени является основой для решения целого комплекса экономических, социальных и политических проблем: от насыщения рынка разнообразными товарами и услугами до снижения остроты безработицы, формируя одновременно, новую структуру экономики и конкурентной среды. Размеры предприятий зависят от отраслей, их технологических особенностей, действия эффекта масштабности. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и где не требуются большие размеры предприятий, а напротив, именно малые размеры оказываются предпочтительнее.

Малое предпринимательство имеет и свои сильные стороны:

- возникает на основе технической инициативе или новой идеи его создателя, опираясь на демократические принципы управления;
- приспособляемость к потребностям и возможностям рынка с учетом участия в нем крупных организациях;
- высокая потребность знания потребительской и ценовой конъюнктуры и умение эффективно для производства реагировать на нее;
- относительная техническая и финансовая доступность создания новых рабочих мест.

Малый бизнес заполняет те ниши, которые пустовали в плановой экономике, и которые зачастую не готов был занять крупный и средний бизнес. Это предоставление услуг населению (бытовых, образовательных, в сфере отдыха и т.д.) и услуг, связанных с бизнесом (консультационных, торговых, технических и т.д.). Малые предприятия в этих сферах, во-первых, разгружая от них домашние хозяйства, увеличивает свободное время людей, создает дополнительные возможности для домашнего и организованного отдыха, во-вторых, подпитывает необходимой информацией, кадрами, материальными ресурсами, нуждающихся в них. Кроме того, малый бизнес – огромное поле для инноваций, которые в больших объемах могут быть слишком рискованными для организации крупных хозяйственных структур. В этом случае малые предприятия становятся своего рода рабочей лабораторией, испытательным полигоном для предприятий крупного бизнеса.

Но есть у малого предпринимательства и слабые стороны, с которыми следует считаться, а именно:

- необходимость самофинансирования долгосрочных вложений из-за трудностей получения долгосрочных кредитов, из-за объективно более емкого риска и высоких процентов оплаты займов;

- повышенная чувствительность к отрицательным финансовым изменениям (инфляция, рост цен, рост налогов, социальных выплат);

- организационные возможности привлечения квалифицированной рабочей силы, в т.ч. специалистов из-за ненормированного дня, нерегулярного дохода, высокой ответственности и т.п.;

- полнота материальной ответственности организаторов малого предпринимательства.

Однако существуют свои стратегии малого предпринимательства, которые позволяют наилучшим образом использовать его преимущества.

Стратегия копирования, которая предполагает два пути:

- выпускать по лицензии марочный продукт крупной фирмы;

- осваивать и выпускать копию какого-нибудь оригинального продукта, конкурентоспособность, которой обеспечивается, по сути, крупным производителем, выпускающим оригинальный товар.

Стратегия оптимального размера, рекомендуют осваивать небольшие и специализированные рынки, где крупное производство неэффективно.

Стратегия участия в производстве продукта крупной фирмы, дает возможность гарантированного субподрядного заказа и связанные с этим преимущества. Во избежание опасной зависимости малого производства от крупного, малые предприятия «ограничивают размер поставок, в расчете на одного крупного заказчика», имеют их несколько, чем обеспечивают себе устойчивость сбыта, а следовательно и производства.

В конкурентной борьбе за заказы крупных фирм они образуют динамичную среду субподрядного рынка, способствуя крупным фирмам снижать собственные издержки и сохранять заказы малым фирмам.

Под устойчивым положением предприятия, следуя понимать экономическое состояние, которое позволяет сохранить объемы реализации готовой продукции на более длительный период времени, при различных изменениях в инфраструктуре рынка.

Устойчивое развитие, представляет собой экономические отношения, складывающиеся между предприятиями по поводу формирования пространственно-временной последовательности эффективного взаимодействия и использования материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов, позволяющих осуществлять не только процесс простого производства, но и расширенного.

Основными факторами, влияющими на устойчивое развитие, являются:

- 1) Недостаточное использование производственных мощностей;
- 2) слабое изучение рыночного механизма спроса и предложения;

3) неэффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

4) недостаточная информационная база о положении на рынке готовой продукции;

5) усиление роли маркетинговых исследований;

6) изменение структуры производства;

7) формирование ассортиментной политики и др.

По содержанию все факторы подразделяются на: факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия по отношению к ней.

Так, к факторам прямого воздействия, по мнению автора, следует отнести факторы внутренней среды организации. Факторы косвенного воздействия устойчивого развития включают факторы внешней среды организации.

Проведенный анализ категории «устойчивости» и «устойчивого развития» на всех уровнях предпринимательских структур позволяет сделать вывод о том, что устойчивое развитие интегрирует в себе социальные, экономические и экологические результаты его функционирования и является аналогом простого и расширенного воспроизводства, при котором процесс простого воспроизводства характеризуется возобновлением из года в год в неизменных размерах, а при расширенном производстве, возобновляется во все увеличивающихся размерах.

Развитие мелкого и среднего производства создает благоприятные условия для оздоровления экономики: развивается конкурентная среда; создаются дополнительные рабочие места; идет структурная перестройка; расширяется потребительский сектор. Развитие малых предприятий ведет к насыщению рынка товарами и услугами, повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Государство должно содействовать созданию функционированию малых предприятий, а именно политических, правовых и экономических условий для более динамичного развития по следующим направлениям :

- осуществление органами власти правовой защиты субъектов малого предпринимательства, обеспечивающего беспрепятственное его развитие, защиты от произвола властных структур, административных барьеров;

- финансовое обеспечение государственной и внебюджетной поддержки малого предпринимательства, на условиях конкурсного отбора с учетом значимости, необходимости проектов, продукции, услуг и разработка механизмов использования выделенных средств;

- формирование и поддержка инфраструктуры, которая позволит малому бизнесу получить услуги и ресурсы;

- совершенствование налоговой политики;

- стимулирование кооперации между малым и крупным бизнесом;

- упрощенный порядок предоставления бухгалтерской и статистической отчетности;

- организация правовой и экономической подготовки предпринимателей; активация деятельности судебных, контрольных, правоохранительных органов по правовой защите субъектов малого предпринимательства.

В заключении необходимо отметить, что малые предприятия как неустойчивая предпринимательская структура, наиболее зависимая от колебаний рынка, сложившейся структуры экономики, где преобладают крупные предприятия нуждаются в разносторонней государственной поддержке. Разработка и создание всех элементов государственной поддержки малого предпринимательства позволит эффективно управлять процессом его становления, и в последствии определить вклад малых предприятий в решении социально-экономических вопросов, и оценить результативность от вложенных в развитие малого предпринимательства бюджетных средств.

Литература:

- 1 Финансы, денежное обращение, кредит: учебн. пособие/ под ред. Г.М. Колпаковой - 2-е изд. М.: Финансы и статистика, 2004.
- 2 Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы / пер. с датск. М.: Высшая школа, 1996.
- 3 Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2-х т. 16-е изд. / пер. с англ. М.: Республика, 2007.
- 4 Экономика предприятия. Учебник / под ред. В.Я.Горфиккеля. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2009.
- 5 Экономика предприятия. Учебник / под ред. проф. О.И.Волкова. 2-е изд. М.: ИНФРА, 2008.
- 6 Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: учебник. 3-е изд. М.: ИНФРА-М, 2010.
- 7 Грузинов В.П. и др. Экономика предприятия: учебник. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006.
- 8 Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебник. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2007.

Я. ЛОСИЦКИЙ**н.р. Д.В. ПЕТРОВ****ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЕКРУТИНГОВЫХ УСЛУГ
В ПЕРИОД КРИЗИСА**

Несмотря на кризисное состояние российской экономики, дефицит высококвалифицированных кадров постоянно растет. Регулирующими факторами, позволяющими квалифицированным специалистам переходить в компании с наиболее выгодными условиями труда и возможностями профессионального и карьерного роста, являются рынок и конкуренция. Сегодня компаниям приходится делать выбор: заниматься поиском кадров самостоятельно или воспользоваться услугами рекрутинговых агентств. Однако сейчас все сложнее найти хороших специалистов даже на позиции с типовыми требованиями. Если раньше проблемой был поиск работы, то сегодня – поиск хорошего работника. Поэтому роль рекрутинговых агентств продолжает расти.

Целью данного теоретического исследования являлся анализ изменений, произошедших на российском рынке рекрутинговых услуг под влиянием мирового финансового кризиса.

В результате нами было выявлено следующее. Темп прироста рынка услуг по подбору персонала в России в 2008-2011 годах составил в среднем 20-30% в год и почти достиг уровня \$500 млн. Для сравнения: в 2000 году объем рынка рекрутинга составил около \$50 млн., а темпы роста – 12-17% в год. К на-

чалу 2009 года аналитики прогнозировали, что объем рынка составит около \$530 млн. Однако в результате возникновения кризисной ситуации в российской экономике, объем рынка снизился до отметки в \$450 млн (то есть на \$50 млн) (по данным www.apsc.ru).

С началом кризиса компании провели сокращение бюджетов на обучение персонала и внешний рекрутинг, поскольку в условиях дефицита бюджета компаниям приходится экономить именно на развитии, и, как следствие, наблюдалось снижение спроса на услуги и уход с рынка 25% всех рекрутинговых агентств.

Практически все руководители компаний отметили снижение проектов на 1/3, уменьшение численности сотрудников компаний. По данным опроса Pynes Group, проводимого в 2010 году, 101 из 139 опрошенных крупных российских и международных компаний, работающих в России, сократили расходы на рекрутмент. При этом 65% компаний ограничили расходы на услуги Executive search агентств и 36% – на рекрутмент своими силами. В среднем стоимость рекрутмента снизилась на 5-8%.

Для того чтобы обеспечить существование своих организаций, некоторые агентства пошли на так называемое искусственное падение цен на свои услуги. Однако нельзя согласиться с фактом, что объем заказов увеличился благодаря такой ценовой политике кадровых компаний. По мнению специалистов, реально на рынке только слабые агентства, находящиеся на грани разорения, значительно снижают цены на услуги, тем самым стараясь привлечь клиентов. Более сильные агентства цены снижают незначительно, хотя потери составляли иногда до 50-70% от прежнего объема работ.

Нельзя не отметить, что увеличилось количество случаев завышения требований заказчика к рекрутерам (когда клиент пытается сбить цену, ставит жесткие сроки и предъявляет завышенные требования к качеству кандидатов).

Многие работодатели оказались не в состоянии оплачивать полный цикл поиска сотрудников, как следствие произошло замещение одних услуг другими. К примеру, если до экономического кризиса был высокий спрос на проведение тренингов, то с момента его начала многие компании отказались от расходов на обучение, а вследствие массовых сокращений персонала самой востребованной услугой стал аутплейсмент.

Также в качестве основных тенденций рынка рекрутинговых услуг можно назвать предоставление корпоративным заказчикам дополнительных видов услуг. Наиболее распространенные из них:

- для соискателей
- подбор резюме, оценка кандидатов, проверка рекомендаций, консультирование соискателя по различным вопросам;
- трудоустройство за деньги соискателя;
- кратковременные курсы по повышению квалификации с обещанием помощи в последующем трудоустройстве;
- индивидуальный тренинг прохождений телефонного интервью;
- карьерный коучинг;

- лайф-коучинг.
- для заказчика
- аутплейсмент (но не всегда в полном объеме);
- сопровождение нового сотрудника (и бывшего соискателя) в процессе адаптации в течение испытательного срока;
- обучение сотрудников HR- отдела; по подбору временного персонала (в том числе – и на долгосрочные проекты);
- подбор персонала в регионах;
- вывод персонала за штат;
- коучинг для первых лиц;
- проведение краткосрочного обучения для управленцев компании по какой-либо актуальной тематике.

Что касается типовых вакансий, если до экономического кризиса в структуре трудозатрат рекрутинговых агентств преобладал поиск кандидатов, то в настоящее время преобладает их отбор. Применительно к рекрутингу сложных вакансий такого кардинального изменения не произошло – преобладает поиск подходящих специалистов, который только увеличился с наступлением экономического кризиса, и соответственно сократился отбор. Как выяснилось, среди всех компаний определенным преимуществом обладают Executive search компании. Как отметили специалисты, прирост объем рынка Executive search в 2010 году составил 3%, несмотря на снижение спроса на их услуги.

К сожалению, негативных тенденций на рынке рекрутинговых услуг значительно больше, чем позитивных, однако, при анализе текущей ситуации можно выявить ряд положительных изменений:

- 1) улучшение качества реализуемых проектов по подбору и обучению персонала,
- 2) гибкость в вопросе формирования цен,
- 3) основной контингент на рынке – крупные и устойчивые игроки,
- 4) приведение зарплатных ожиданий специалистов к адекватному уровню,
- 5) повышению эффективности труда сотрудников,
- 6) уменьшение дефицита кадров,
- 7) оптимизация организационных структур рекрутинговых агентств,
- 8) выстраивание новых стратегий развития.

В целом же, как мы выявили, основными мерами, принимаемыми рекрутинговыми агентствами для выживания на рынке в условиях кризиса являются снижение цен на подбор компаний оказался серьезным испытанием, и, как выяснилось, многие оказались неподготовленными к нему. Но в целом для отрасли, это скажется положительно, так как с рынка уйдут слабые и останутся только устойчивые, перспективные компании. Рекрутинг выйдет на новый уровень, будет наблюдаться повышение качества оказываемых услуг, усилится ответственность бизнеса, компании будут нацелены на долгосрочное сотрудничество с клиентами.

Литература:

1. Ольшевский А. Антикризисный PR и консалтинг. СПб: Питер, 2003.

2. Основы функционального и антикризисного менеджмента. Учебное пособие / под ред. Бляхман Л.С. М.: Издательство В.А. Михайлова, 2000.
3. Петроченко А. Банкротство не порок... а средство обогащения // Труд-7. 1999. 4 июня.
4. Попов Р.А. Антикризисное управление. М., 2003.
5. Проблемы банкротного законодательства // Известия. 2000. №39 (25631).
6. Реформирование и реструктуризация предприятия. М.: Изд-во "Приор", 1998.
7. Родионова В.И., Федотова М.А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. – М.: Перспектива, 1995.
8. Родионова Н.В. Антикризисный менеджмент. М.: ЮНИТИ, 2001.
9. Семенов Б.Д. Антикризисный менеджмент. М., 2002.
10. Соколин Б.М. Антикризисная экономика России: начало тысячелетия. М., 2000.
11. Справочник директора предприятия / под ред. М. Лапусты. М.: ИНФА–М., 1996.

О. ЛЫКОВА
н.р. А.А. АДАМЕНКО

СУЩНОСТЬ И ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Каждая наука имеет свою историю, свои временные рамки и предмет изучения. Темой исследования стала характеристика и историческая эволюция бухгалтерского учёта. Актуальность выбранной темы уместна ввиду высокого уровня развития, так называемой, «бухгалтерской индустрии». Источниками информации данного материала стали научные труды Л. Пачоли, Б. Солозано, Ф. Скубица.

Прежде всего, хотелось бы начать с истоков данной науки. Первый этап учета решал задачи качественного определения вещей и их подсчета, который являлся этапом инвентарного счета. Практика учета состояла в том, что в определенные периоды времени производился пересчет всех видов имущества и производились соответствующие пометки (записи).

Записи осуществлялись в виде зарубок на отдельных предметах-бирках или в виде шнуровых плетений. Разные бирки или разные цвета шнуров соответствовали определенным категориям вещей. Позднее появились записи в виде специальных символов на глиняных табличках или на папирусе. Это были прообразы первичных бухгалтерских документов.

Периодичность инвентарного счета была различной. Например, в древнем Египте в XXX веке до нашей эры учет был ежедневным с определением остатков по всем видам материальных ценностей.

Однако простая фиксация качественного и количественного состава имеющихся предметов, вещей и рабочей силы через некоторое время уже перестала удовлетворять общество, так как необходимо было знать их поступление и расход. Поэтому появился приходно-расходный учет, при котором сложились определенные правила записей. Так, в Месопотамии в XX веке до нашей эры записи по приходу материальных ценностей содержали следующие сведения:

- количество и вид поступивших предметов;
- имя лица, от которого они поступили;
- имя получателя;
- дата поступления.

Эти сведения лежат в основе приходных документов и в современной бухгалтерии.

Хотелось бы отметить и то, что после освоения приходно-расходного учета, человечество стало решать следующую весьма сложную проблему - учет расчетов между отдельными субъектами, трудность которого состояла в определении степени эквивалентности отдельных вещей и предметов. Эта проблема была преодолена с появлением денег, породивших, в свою очередь, проблему обмена разных денег - "пересчета валют" в современном понимании. Эта задача на первом этапе решалась взвешиванием денег, а затем весовой эквивалент уступил место счетному.

Дальнейшее развитие общества привело к необходимости подведения итогов экономической деятельности хозяйствующего субъекта к определенным датам. Стали выделять остатки материальных ценностей и долговых обязательств к этим датам, то есть возникли зачатки кассовой и Главной книги.

Примерно в VI веке до нашей эры появились банки. Первоначально они хранили металлические деньги и выдавали ссуды. Записи в банках велись в приходно-расходных книгах и книгах расчетов с отдельными клиентами.

Развитие торгово-экономической и банковской деятельности сопровождалось появлением большого количества долговых обязательств и требований по ним. Сложности их учета и трудности по обеспечению выполнения обязательств приводили к многочисленным тяжбам и судебным разбирательствам. Это потребовало интенсивного включения в бухгалтерский учет юридических норм и правил. Особое влияние оказало римское право, расцвет которого пришелся на II - I веках до нашей эры. Основопологающие постулаты римского права сохранили свою значимость в бухгалтерском учете до настоящего времени:

- за все надо платить;
- закон обратной силы не имеет;
- при взаимоисключающих законах нельзя применять ни один из них.

Нельзя не упомянуть о факте того, что в римской империи II века нашей эры учет вплотную подошел к понятию бухгалтерских проводок. Тогда же появились и термины "дебет" и "кредит". Но оставалось много насущных нерешенных проблем. В частности, отсутствовали приемы подсчета расходов на изготовление продукции, не было представления о том, как учитывать в производственной деятельности предметы и устройства длительного действия. По современным представлениям не было понимания калькуляции продукции и амортизации основных средств.

В средние века, по мере дальнейшего наращивания темпов экономической жизни, в бухгалтерском учете появилась необходимость группировать однотипные предметы и хозяйственные действия. Возникли понятия счетов и регистров. Счета использовались для обозначения (кодировки) материальных ценностей и хозяйственных операций, а регистры для их специальных записей.

С XIII века факты совершения хозяйственных операции стали заносить в специальный журнал - журнал хозяйственных операций, который вели как отдельно, так и в комбинации с записями по счетам. Это привело к появлению

специализированной формы бухгалтерского учета, которая является аналогом современной формы учета под названием "Журнал-Главная".

Хотелось бы напомнить, что XV век отмечен важным достижением в бухгалтерском учете - появлением двойной записи. Смысл ее прост и заключается в том, что при оформлении хозяйственной операции происходит перевод материальных ценностей или долговых обязательств с одного счета на другой. Реализация этой идеи на практике стала одним из важнейших приемов бухгалтерского учета, приблизившего его к науке, а также существенно облегчившего проведение расчетов. Авторство двойной записи принадлежит итальянскому монаху-математику Л. Пачоли (1494г.). Именно итальянец Лука ввёл самый основной термин « Бухгалтерский учёт», который представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязанностях организации и их движении путём сплошного, непрерывного и документального учёта всех хозяйственных операций.

С момента появления двойной записи бухгалтерский учет приобрел вид стройной и логичной системы, включающей в себя: инвентарный счет, приходно-расходные операции и расчеты между должниками и их кредиторами. Объемы учета существенно выросли, появилась необходимость вести его в двух видах: более общем (синтетическом) и более подробном (аналитическом). Потребовался специальный учет валютных операций. Появилось большое количество специфических терминов. Сведений в регистрах и книгах не стало хватать для подведения итогов хозяйственной деятельности, они стали дополняться всевозможными описаниями.

В XVI веке определился юридический статус профессии бухгалтера, к которой предъявлялись следующие требования :

- уметь быть умным;
- иметь хороший характер;
- владеть четким почерком;
- иметь профессиональные знания;
- быть властолюбивым и честолюбивым;
- быть честным.

Тогда же введено понятие амортизации средств труда и появились представления о разных формах счетоводства.

В XVII веке бухгалтерский учет дополнен понятием баланса, использование которого привело к тому, что учет приобрел законченный вид. Балансом называли форму отчета о хозяйственной деятельности, которая содержала в себе описание материальных ценностей, имущественных и иных прав субъекта или объекта с описанием источников их поступления или возникновения.

Бухгалтерская профессия распространяется повсеместно, но ее престиж является еще не слишком высоким. В то время как сами же профессионалы оценивали ее достаточно высоко и предсказывали ей достойное будущее. Испанский специалист Б. Солозано пишет в 1603 г.: "Бухгалтерский учет стоит выше всех наук и искусств, ибо все нуждаются в нем, а он ни в ком не нуждается".

ся; без бухгалтерского учета мир был бы неуправляем, и люди не смогли бы понимать друг друга".

Последующие XVIII - XIX века превратили бухгалтерский учет в науку. Австрийский специалист Ф. Скубиц в 1889 г. дал ей следующее определение: "Бухгалтерия - это деятельность, направленная к тому, чтобы изобразить в числах весь ход и все состояние предприятия согласно предложенным целям".

Появилась специальная наука: балансоведение, сформулировавшая следующие основные требования к бухгалтерскому балансу предприятия:

- точность;
- полнота;
- ясность;
- правильность;
- преемственность;
- единство для всех подразделений.

Таким образом, можно сделать вывод, что история бухгалтерского учета насчитывает много веков. Кроме общих принципов и положений, используемых повсеместно, в бухгалтерском учете возникли и развились национальные научные школы и направления, отражавшие экономические и геополитические особенности отдельных стран. История развития российской бухгалтерии также имеет много своих ценных находок и разработок. Ее специалисты всегда занимали видное место среди мировых звезд бухгалтерского учета.

Литература:

1. Вещунова Н.Л. Бухгалтерский учет: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2009. 624 с.
2. Куттер М. И. Теория бухгалтерского учета: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2008. 592с.
3. Пачоли Л. История возникновения бухгалтерского учёта. М.: ГУ ВШЭ, 2008.
4. Скубиц Ф. Лекции по бухгалтерскому учёту М., 2009. С.29.
5. Солозано Б. Бухгалтерский учёт как искусство ведения хозяйственной деятельности // Соч. в 6 т. Т. 4 (1). М.: Мысль, 2008. С.75.
6. Теория бухгалтерского учета: учеб, пособие для вузов / под ред. В.Д. Новодворского. М.: ЮНИТИ, 2009. 294 с.

М. МАДАРИНА

н.р. Е.А. ГРИГОРЬЕВА

ОЛИМПИАДА-2014 И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Масштабный проект по проведению в городе Сочи зимних Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 года является одним из самых масштабных и беспрецедентных проектов по комплексному развитию не только Краснодарского края и Юга России, но и всей России.

Правительством Российской Федерации принято постановление "О Программе строительства олимпийских объектов и развития города Сочи как горно-климатического курорта" (далее – Программа). Программа подготовлена с учетом значимости города Сочи как курорта федерального значения. Она предусматривает комплексный подход к решению проблем дальнейшего развития города Сочи с

учетом необходимости соблюдения оптимального равновесия между курортно-оздоровительным и спортивным использованием данной территории.

Краснодарский край занимает десятое место среди субъектов Российской Федерации по объему валового регионального продукта (далее также – ВРП) и играет весомую роль в экономике страны (см. таблицу).

Вклад наиболее экономически развитых регионов в ВРП России Субъект Российской Федерации	Объем ВРП в 2005 году, млн. рублей	Доля субъекта в ВРП Российской Федерации в 2005 году, %	Место в 2005 году
город Москва	4005883,0	22,25	1
Тюменская область	2224295,7	12,36	2
Московская область	704390,1	3,91	3
город Санкт-Петербург	667905,4	3,71	4
Республика Татарстан	488609,1	2,71	5
Свердловская область	481690,4	2,68	6
Красноярский край	441886,3	2,45	7
Самарская область	402308,6	2,24	8
Республика Башкортостан	381431,0	2,12	9
Краснодарский край	371177,5	2,06	10
Челябинская область	350341,8	1,95	11

Развитие туристической отрасли является важной составляющей при оценке социально-экономических последствий для города Сочи от проведения XXII зимних Олимпийских игр и XI Паралимпийских игр 2014 года. С одной стороны, они привлекут дополнительные инвестиции в гостиничный сектор города, с другой - позволят создать как временные дополнительные, так и долгосрочные рабочие места, рассчитанные на ожидаемый рост притока туристов в будущем.

С точки зрения возможных экономических выгод, организация крупных спортивных событий, таких как XXII Зимних Олимпийских и XI Паралимпийских игр может сулить как прямые, так и косвенные экономические выгоды.

Прямые выгоды - это капитальное и инфраструктурное строительство в связи с мероприятием, долгосрочные преимущества (включая снижение транспортных издержек благодаря развитию сети автомобильных или железных дорог) и деньги, оставленные туристами, приезжающими на Олимпиаду из других городов.

К непрямым выгодам можно отнести рекламный эффект: город, принимающий Игры, и вся страна предстают потенциально интересным туристическим направлением и местом для будущего бизнеса. К тому же, благодаря Олимпиаде у граждан принимающей страны крепнет чувство гражданской гордости и общности, улучшается имидж города или всей страны, принимающих Игры.

К негативным последствиям от проведения Олимпиады можно отнести колоссальные траты, возникающие во время подготовки к играм, а также существенные риски, связанные с возможным перерасходом Олимпийского бюджета.

та, неэффективным использованием земли, неадекватным планированием и строительством ненужных в будущем объектов.

Экономический бум на Кубани многие связывают с Олимпийскими играми. За последние три года в экономику Краснодарского края инвестировано 1,2 триллиона рублей. Мнение экспертов об экономическом развитии Краснодарского края после Олимпиады в Сочи различны.

Одни эксперты считают, что зимняя Олимпиада в Сочи повлияет только на региональное развитие Краснодарского края, где сейчас наблюдается экономический бум. После 2014 года Краснодарский край ждет довольно сильный спад. Согласно общемировому опыту, накануне столь масштабных событий рост экономики в регионе ускоряется и снижается после их проведения. И в этом смысле Краснодарский край, вероятно, не будет исключением. Нельзя не подчеркнуть проблемы, связанные с экологией Сочи и Краснодарского края в целом. Кроме того, есть побочный эффект возрастающей популярности региона - растущие цены на все категории товаров и, что самое важное, на недвижимость. Данный факт отрицательно влияет прежде всего на самую ближнюю целевую аудиторию - жителей региона.

Другие эксперты считают, что если грамотно использовать объекты инфраструктуры, которые строятся перед Олимпиадой, возможно, после 2014г. экономика региона действительно пойдет в рост. Для этого инфраструктуру, создаваемую вокруг спортивных объектов, надо «привязать» к экономике Кубани и использовать их на полную проектную мощность. Ведь потенциальные инвесторы смотрят, прежде всего, на развитие инфраструктуры в данном регионе. И только потом принимают решение, выгодно им вкладывать в него деньги или нет. Пост олимпийское будущее зависит от того, насколько грамотно будут использованы ресурсы, обретенные за время подготовки к олимпиаде. Это касается не только физических объектов, но и качества дипломатических отношений, новых контактов с местными и иностранными инвесторами.

Среднегодовой прирост занятости населения в Краснодарском крае прогнозируется на уровне 18,2 тысячи человек в год, в том числе в городе Сочи - 10,7 тысячи человек в год. В то же время, в 2014 году в период наиболее интенсивной подготовки к XXII зимним Олимпийским играм и XI Паралимпийским играм 2014 года и непосредственно во время их проведения прирост занятости населения в Краснодарском крае составит 161,3 тысячи человек, в том числе в городе Сочи - 96,7 тысячи человек.

Если говорить об олимпийском наследии, то стоит отметить три составляющих: новая спортивная инфраструктура, передовой опыт строительства с учетом ведущих мировых технологий и современная база для развития туризма (отели, дороги, коммуникации, аэропорт и т.д.).

Переоценить, во многом уникальные спортивные объекты, сложно. Наконец-то, наши спортсмены получают возможность тренироваться на территории России и проводить соревнования на самом высоком уровне, что может привести к созданию отдельного спортивного кластера в Краснодарском Крае. Если говорить о наследии в области спортивной инфраструктуры, то к началу Игр

будет сооружено 11 спортивных объектов, 4 горнолыжных курорта с общей протяженностью горнолыжных трасс более 150 км. Это означает, что в России будет создан первый многофункциональный центр зимнего спорта, который будет располагать всем необходимым, включая спортивные объекты, гостиницы, объекты здравоохранения и прочую инфраструктуру для проведения тренировок и соревнований по всем зимним дисциплинам. Впервые после распада Советского Союза у российских спортсменов появятся тренировочные базы по всем зимним видам спорта. Краснодарский Край всегда считался центром туризма и отдыха, и после Олимпиады это направление должно получить новый импульс. Проведение зимних Олимпийских игр в Сочи положит начало появлению нового для России типа городов - круглогодичного курорта, где можно отдыхать как летом - на море, так и зимой - в горах. После завершения Зимней Олимпиады-2014 года, ее столица Сочи будет развиваться как элитный курорт и место для бизнес-туризма. Потенциальный объем элитных жилых комплексов - 5-6 млн. м², гостиниц 4-5 звезд - 13 тыс. номеров. Согласно оценкам туристский поток в Краснодарский край достигнет к 2015 году не менее 20 миллионов человек. Увеличение туристского потока и расходов туристов благоприятно скажется на экономике региона.

Олимпийские стройки - самый крупный проект, который сегодня реализуется на территории края. Но и в целом инвестиционный потенциал Краснодарского края высоко оценивается и инвесторами, и специалистами. Краснодарский край входит в число 10 ведущих российских регионов по номинальному объему валового регионального продукта («ВРП»). Регион продемонстрировал более хорошую устойчивость в период глобального финансового кризиса 2009 года, чем большинство других субъектов федерации.

Исторически наш регион - аграрный и рекреационный кластер. Сегодня активно развивается промышленность: реализуются десятки крупных промышленных проектов. К тому же, после проведения Олимпиады наш край ждут другие соревнования мирового уровня: Формула-1 и Чемпионат мира по футболу - 2018. Подготовка к проведению на территории края мероприятий такого уровня как Олимпиада-2014, Чемпионат мира по футболу - 2018 и Формула-1 - имеют мультипликативный эффект для развития региональной экономики.

Краснодарский край является одним из регионов России, самостоятельно обеспечивающих свои текущие бюджетные расходы, и при этом вносит существенный вклад в федеральный бюджет. Такое масштабное событие, как Олимпиада, дает уникальный шанс не только региону, где она будет проводиться, но и всей стране в целом.

Литература:

1. Стратегия развития Краснодарского края до 2020 года.
2. IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rae.ru/forum2012/>.
3. Деловая электронная газета «Юг» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dg-yug.ru>
4. Федеральная целевая программа «Развитие г.Сочи как горноклиматического курорта (2006-2014 годы)» от 2.06.2006 №357.
5. Официальный сайт XXII Зимних Олимпийских игр в Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://sochi2014.com>.

А. МОСКВИТИНА

н.р. Х.Ш. ХУАКО

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АКЦИЗНОГО ОБЛОЖЕНИЯ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Опыт применения акцизов во многих странах свидетельствует об успешной практике использования данного налога в борьбе с отрицательными социально-экономическими явлениями, такими как употребление населением социально опасных товаров (алкогольной продукции, табачных изделий). В России акцизная политика, направленная на постоянное увеличение государственных доходов, не только не способствовала сокращению потребления крепких алкогольных напитков, но и производила к спаду легального производства при одновременном росте продаж нелегального алкоголя.

В итоге на практике повышение ставок акциза приводило к прямо противоположному эффекту: поступления в бюджет снижались вследствие спада легального производства, кроме того, резко ухудшилась качественная структура потребляемых населением алкогольных напитков, что имело, безусловно, отрицательный социальный результат.

Можно сделать вывод, что существенная система акцизного налогообложения не является столь эффективной, хотя и алкогольный рынок сегодня подвергается наибольшему администрированию. Об этом свидетельствует эффективная ставка акциза, которая в два раза ниже официальной, что свидетельствует о необоснованном завышении все последние годы действующих ставок. Налоговая система считается эффективной только в том случае, когда сумма взимаемых платежей является оптимальной для налогоплательщика, в то же время, являясь достаточной для обеспечения доходной части государственного бюджета. Но такого механизма взимания акцизов не наблюдается. В настоящее время наиболее спорным вопросом введения акцизов является конкретная ставка того или иного акциза. При их применении сначала определяется, какую фискальную или регулирующую функцию должен выполнить тот или иной акциз.

Возникают вопросы и в том, какими способами индексировать величины специфических ставок. Применение адвалорных ставок. Применение адвалорных ставок приводит к серьезным трудностям при оценке объекта налогообложения. Специфические же ставки недостаточно оперативно корректируются в связи с инфляционными процессами. Ставкой акциза регулируется спрос и предложение на алкогольную продукцию. Поэтому необходимо принятие мер, обеспечивающих высокую степень легализации алкогольного рынка; вытеснение с рынка недоброкачественной алкогольной продукции; соблюдение стандартов социальной ответственности государства и бизнеса за последствия злоупотребления алкоголем.

Основными факторами, существенно влияющими на размер теневого оборота акцизных изделий, являются: размер ставки налога, среднедушевые денежные доходы населения и реальные располагаемые денежные доходы. Например, ежегодное повышение акцизов на крепкий алкоголь в размере 10%

увеличивает объем нелегально производственных ликероводочных изделий в структуре продаж в среднем на 4%. Увеличение ставки акциза провоцирует рост теневого сектора в ликероводочной отрасли.

Бездумное повышение цен на легальный алкоголь в России приведет к сохранению прежнего уровня потребления, вырастут нелегальный и суррогатный сегмент. Смысла в этом никакого нет. Необходимо разрабатывать программу, меры которой будут направлены на повышение эффективности акцизного налогообложения в долгосрочной перспективе.

Например, в качестве вышеуказанных мер можно предложить:

- разработка мер по ужесточению административной и уголовной ответственности за незаконное производство, оборот и продажу алкоголя;
- увеличение экспорта алкогольной продукции по повышенной цене;
- повышение качества производимой акцизной продукции;
- повышение цен на бензин с высоким октановым числом;
- изменение структуры потребления алкогольной продукции в сторону ее слабоалкогольной составляющей с надеждой, что население перейдет на потребление более слабоалкогольной продукции (увеличение ставки на крепкий алкоголь поможет снизить его потребление).

Дифференцированные в зависимости от крепости алкогольной продукции ставки акциза призваны способствовать изменению структуры потребления алкогольной продукции.

При снижении ставки акциза до 100 руб. за 1л. безводного спирта, будет достигнут экономический эффект. Кроме того, это позволит региональным ликероводочным заводам наладить производство и сбыт местной алкогольной продукции эконом-класса и, таким образом, вытеснить с рынка нелегальных производителей.

Отмечается, что водочное лобби искажает цифры. Считается, что в кризисе в России стали меньше пить и травиться алкоголем. К таким обнадеживающим выводам можно прийти на основании данных Росстата, которые не дают достоверных данных.

Необходимо усиление контроля и ответственности налоговых органов за всеми операциями, совершаемыми каждой организацией во всей цепочке уплаты в бюджет налога, а также проверка документов, подтверждающих совершение таких операций и уплату налога бюджета. Также одним из важнейших условий улучшения экономической ситуации, пополнения федерального и региональных бюджетов является совершенствование налогообложения в сфере акцизов.

Основными проблемами акцизного налогообложения также являются сложность механизма исчисления и уплаты налога, а также различные нововведения в главу 22 НК РФ. Непостоянство в налоговой системе вызывает трудности при исчислении, моменте определения налоговой базы, методе начисления налога, в применении налоговых льгот и т.д. Необходимо усиление контроля и ответственности налоговых органов за всеми операциями, совершаемыми каждой организацией во всей цепочке уплаты в бюджете налога, а также проверка

документов, подтверждающих совершение таких операций и уплату налога в бюджет.

Представляет более правильным современной системе налогов России рассматривать акцизы прежде всего как удобный и надежный налоговый источник налогов бюджета. Поэтому необходим осторожный, взвешенный подход к установлению акцизных ставок с тем, чтобы эффективно регулировать рентабельность производства подакцизных товаров и обеспечивать бюджет гарантированными поступлениями акцизов. Одновременно необходимо внедрять дифференциацию ставок акцизов на моторное топливо в зависимости от его экологического класса и унификацию ставок на бензины с различным октановым числом. При проведении акцизной политики также необходимо добиться гармонизации ставок акцизов на табачные изделия, с сопредельными странами.

Литература:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Часть 2. Федеральный закон от 5.08.2000 г. №117-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
2. Архипцева Л.М. Федеральные налоги и сборы с организаций: учебник. М.: Издательского – консультационная компания «Статус – Кво 97», 2004. 472 С.
3. Блинов М.Б. комментарий к индексации ставок акциза на крепкую алкогольную продукцию // Налоговый вестник. 2008. № 10. 44-46 с.
4. Брызгалин А. В. Практическая налоговая энциклопедия. Акцизы. Профессиональный комментарий к НК РФ // СПС «Гарант». 2004.
5. Васильев Ю.В. Бюджет – 2008 г.: В центре внимания поддержка инвестиционных и инновационных проектов // Налоговая политика и практика. 2006. №1. С. 4-5.
6. Жарич А.А. Необходим госконтроль над производством и спирта. Электронная версия журнала «ВВП (валовой внутренний продукт)».
7. Пансков В.Г. Оборот алкогольной продукции // Налоговая политика и практика. 2006 г. №7. С.15-17.
8. Михайлова М.А. Правила реализации алкоголя меняются // Налоговые споры: теория и практика. 2006. №1.
9. Нечипорчук Н. Порядок уплаты акцизов на алкогольную продукцию в 2006г. // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2006. №6.
10. Ячменев Г.Г. Финансово-правовое регулирование производства и оборота алкогольной продукции. Монография // под ред. проф. Артемова Н. М. СПб: КАДИС, 2005. 304 с.
11. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.alcogol.ru>.

М. НАЗАРЕНКО
н.р. Н.А. ШИШКИНА

НДС В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ

С самого начала в Европейском сообществе вопросам гармонизации косвенного налогообложения уделялось пристальное внимание, так как именно расхождение в регулировании косвенного налогообложения, по мнению основоположников европейской интеграции, представляли собой существенную преграду на пути свободного передвижения товаров, работ и услуг. В результате чего гармонизация косвенного налогообложения была обозначена в качестве отдельной задачи европейской интеграции в Договоре о Европейском сообществе.

Ключевое место в гармонизации косвенного налогообложения в ЕС занимает налог на добавленную стоимость, так как он является одним из главных средств налоговой гармонизации на межгосударственном уровне. Концепция налоговой гармонизации возникла в ходе создания единого европейского экономического пространства и получила дальнейшее развитие в рамках других региональных межгосударственных образований. В целях реализации этой глобальной задачи потребовалось унифицировать принципы начисления и обеспечить сближение ставок НДС и других косвенных налогов.

На сегодняшний день НДС действует в 137 странах мира, найдя применение в налоговых системах большинства развитых стран, фактически вытеснив налог с оборота и заметно уменьшив значение налога на продажи. Единственным исключением до сих пор остается США, где вместо него действует налог с продаж, средняя совокупная ставка которого в конце 2009 г достигла 8,629%.

Средняя ставка НДС в 62 странах, по данным исследования Ernst&YoungGlobal, составляет 16,4%. Среди исследованных стран наиболее высока она в Швеции, Дании, Венгрии и Норвегии (25%), тогда как самая низкая используется в Сингапуре, Японии, Панаме и в Малайзии (5%).

Рассмотрим теперь последние поправки в законодательство ЕС в части налога на добавленную стоимость, вступившие в силу с 1 января 2010 г. Изменения являются результатом Директив Совета ЕС 2008/8/ES, 208/9/ES и 2008/117/ES, так называемый «пакет по НДС». Данный пакет изменений вводится с целью упрощения и усовершенствования системы НДС для международной торговли и для борьбы с мошенничеством. Он вступает в силу во всех странах ЕС и включает в себя:

- новые правила определения места предоставления услуг;
- Обязательную Сводную Европейскую Декларацию (Obligatory European Sales List (ESL)), в которой указываются международные услуги и изменения в ESL в отношении товаров;
- новую процедуру возмещения НДС, осуществляемую в электронной форме для НДС, оплаченного в других государствах – членах ЕС.

Однако эти изменения будут вводиться поэтапно и вступают в силу с 1 января 2010г., 2011 г., 2013 г. и 2015 г. .

Итак, самыми существенным изменением в части НДС является установление нового порядка определения места оказания услуг. Теперь большинство видов услуг считаются оказанными по месту нахождения заказчика (а не исполнителя, как было ранее) по договору оказания услуг. Следовательно, реализация услуг в таких случаях облагается НДС в стране заказчика.

Цель новых правил состоит в том, чтобы обеспечить оплату НДС в стране местонахождения потребителей услуг, а не поставщика оказываемых услуг. В результате в странах ЕС компании-заказчики будут обязаны учитывать НДС для основной части услуг, предоставляемых им иностранным контрагентом, в соответствии с положениями о зачете НДС. Это общее правило различается для случаев заказчиков, являющихся налогоплательщиками (Business to Business или B2B) и случаев предоставления услуг налогооблагаемым лицом не налогообла-

гаемому лицу (Business to Customer или B2C). В последнем случае правило осталось прежним: местом оказания услуг является местонахождение поставщика услуг.

Вместе с тем для случаев оказания услуг между коммерческими организациями (B2B) существует список исключений для некоторых видов услуг, которые выглядят следующим образом:

- услуги, связанные с недвижимым имуществом считаются оказанными по месту нахождения имущества;

- услуги в области культуры, искусства, спорта, науки, образования и т.п. считаются оказанными по месту их фактического оказания (с 1 января 2011 г. они будут попадать под общее правило кроме «услуг по предоставлению доступа»(admission));

- услуги по перевозке пассажиров считаются оказанными по месту осуществления перевозки, в случае перевозки по нескольким странам – пропорционально расстоянию;

- краткосрочная аренда транспортных средств (не более 30 дней или 90 дней для судов) – услуги считаются оказанными по месту передачи транспортного средства в распоряжение заказчику;

- ресторанное обслуживание – услуги считаются оказанными по месту фактического оказания (при оказании услуг на борту судна, воздушных судов или поездов в составе транспортов ЕС местом предоставления услуг будет являться место убытия судна (поезда)).

В случае оказания услуг налогооблагаемым лицом не налогооблагаемому лицу (B2C) НДС в бюджет своей страны уплачивает поставку услуг, включающий в счет сумму налога. Однако и для данного случая существуют свои исключения для отдельных видов услуг, местом оказания которых не будут являться местонахождения поставщика. К ним относятся посреднические услуги, которые считаются оказанными по месту оказания базовых действий, определяющих суть услуги; услуги по перевозке товаров и т.п.

Вместе с тем существует список услуг, оказываемых не налогооблагаемым лицам а пределах ЕС, которые не будут облагаться европейским НДС, так как эти услуги считаются реализованными по месту нахождения заказчика. К данным услугам относятся: консультационные, юридические, бухгалтерские, банковские, финансовые, рекламные, телекоммуникационные услуги, передача прав на объекты интеллектуальной собственности и др.

Так же следует отметить, что с 1 января 2010 г. вводятся новые требования в части отчетности при реализации услуг между налогооблагаемыми лицами (B2B). Теперь поставщик должен подавать каждый квартал краткий отчет (декларацию), с указанием своих контрагентов в других странах ЕС, их номеров регистрации на НДС, и на какую сумму были оказаны услуги. Подается такая отчетность электронным образом через специализированную систему (VAT Information Exchange System – VIES II).

Для подачи таких деклараций компания должна иметь номер регистрации в качестве плательщика НДС и отдельно зарегистрироваться для подачи

VIЕСII. Раннее подобная отчетность требовалась лишь в отношении поставок товаров, но не оказания услуг.

Декларация подается до 10-го числа второго месяца, следующего за отчетным кварталом (т.е. срок подачи – примерно до 40 дней после окончания квартала). Если компания оказывает такие услуги не каждый квартал, то декларации должны подаваться так же и за те кварталы, когда услуги не оказаны. Если компания перестает оказывать соответствующие услуги, то ей нужно снять с учета VIЕСII, чтобы избежать штрафов.

Изменения так же коснулись порядка возврата НДС на товары (услуги), приобретенные в других государствах ЕС. Речь идет о ситуации, когда налогоплательщик уплатил налог в другой стране в составе цены товара или услуги, уплаченной продавцу или исполнителю, после чего по предусмотренным законом основаниям имеет право на возмещение уплаченного налога. Ранее за возмещением обращались в налоговые органы зарубежных стран, где был уплачен НДС. Согласно новым правилам заявка на возврат НДС подается в электронной форме налоговому управлению в той стране, где зарегистрирован заявитель. Такая заявка подается в течение 9 месяцев с момента совершения сделки, по которой требуется возврат НДС. При этом налоговый орган рассматривает заявку в течение 4 месяцев со дня ее подачи.

Что касается перспектив европейского НДС, то в рамках ЕС предполагается переход на унифицированную систему сбора НДС в международной торговле, при которой налог будет взиматься по месту происхождения товара, а не по месту назначения. Это значит, что при продаже товара из одной европейской страны в другую, продавец будет включать в цену товара НДС, а покупатель будет получать налоговый вычет в размере уплаченного НДС так же, как и при торговле внутри страны.

В результате учет и отчетность по НДС при торговле внутри страны и в рамках ЕС будет вестись совершенно одинаковым образом, что приведет к сокращению операционных издержек при торговле внутри ЕС. Это должно стать важным фактором в создании действительно общего европейского рынка наряду с отменой таможенных границ. Вместе с тем эта система соответствует самой идеологии общего рынка, по которой товары и услуги, облагаемые НДС, находятся в свободном обращении внутри ЕС, а сам НДС при этом является по сути своей налогом скорее общеевропейским, чем национальным.

Однако на пути к данной системе существуют серьезные политико-экономические препятствия.

Во-первых, при этой системе необходима унификация ставок НДС по всем странам ЕС для сохранения нейтральности, что затруднительно на данном этапе развития европейского сообщества.

Во-вторых, в случае принятия этой системы сразу встает вопрос перераспределения собираемых налогов. Дело в том, что, если при существующей системе налог автоматически собирается в стране, где происходит потребление товара, то при новой системе часть налога будет собираться «не там, где надо». Например, при продаже товара из Дании в Германию, налог на величину стои-

мости ввозимого товара при действующей системе попадает в немецкую казну, а при новой – в датскую. Чтобы восстановит равновесие, необходимо будет передать соответствующую сумму обратно из Дании в Германию (передача должна происходить суммарно по определенным периодам). Вместе с тем по замыслу авторов проекта основанием для исчисления передаваемых сумм должны стать данные, получаемые не из отчетности хозяйствующих субъектов, а из общих статистических данных в отношении производства и потребления в той или иной европейской стране.

Таким образом, это означает необходимость введения централизованной системы сбора статистической информации и перераспределения собранного налога на добавленную стоимость в рамках Европейского Союза. Указанная система обладала бы поистине широчайшими полномочиями по регулированию финансовых потоков. Следующим логическим шагом могло бы стать превращение НДС в «федеральный» налог ЕС, с последующим распределением его центральными органами Союза. К движению в этом направлении страны-участницы ЕС в настоящее время никак не готовы, так как это означало бы ущемление их национального суверенитета в пользу центра. А потому единая общеевропейская система НДС пока остается лишь на бумаге, несмотря на все преимущества, которые она даст налогоплательщикам (8).

В заключении отметим, что европейский НДС прошел длительный путь в своем развитии и на сегодняшний день страны ЕС обеспечивают его эффективное взимание на своей территории, и введение новых правил с целью дальнейшего совершенствования НДС в рамках Евросоюза, что может служить положительным примером для российского НДС.

Литература:

1. Вавилова М. НДС в системе косвенных налогов Европейского Союза и Российской Федерации [Электронный ресурс // Электронный каталог диссертаций [Электронный ресурс]. URL: <http://dissercat.com/content/nds-v-sisteme-kosvennykh-nalogo-vevropetskogo-soyuza-i-rossiiskoi-federatsii-sravnitelno-pra> (дата обращения 29.11.2010).
2. Возврат НДС из стран ЕС [Электронный ресурс]. URL: http://vedconsult.ru/ru/pages/Mezhdunarodnoe_nalogooblozh/Vozvrat_NDS_iz_stran_ES.html
3. Данилкин И. Неудачная ставка // Бизнес-журнал: Электронная версия журнала. 2008. №8. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.klerk.ru/buh/articles/117469/>
4. Изменения 2010 года в законодательстве ЕС в отношении НДС [Электронный ресурс]. URL: <http://www/jurhouse.ru/articles/1211/document2097.shtml>
5. Налог на добавленную стоимость [Электронный ресурс. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/НДС> (дата обновления 29.11.2010).
6. НДС в Европе: изменения с 2010 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.roche-duffay.ru/articles/eu_vat_2010.htm
7. Крючков В. НДС в Европе: изменения правил взимания с 2010 года, порядок уплаты и отчетность [Электронный ресурс]. URL: <http://www.legal-bridge.ru/presscenter/publications/Detail.php?ID=2860> (дата обращения 29.11.2010).
8. Налог на добавленную стоимость в международной торговле: Европейский Союз [Электронный ресурс]. URL: http://www.roche-duffay.ru/articles/ec_vat.htm

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Россия вступила в период формирования рыночных отношений. Рыночная экономика по своей сущности является средством, стимулирующим рост производительности труда, всемерное повышение эффективности производства. Однако и в этих условиях важным является определение основных направлений повышения эффективности производства, факторов его роста, методов определения эффективности.

Для правильного определения важнейших направлений повышения экономической эффективности общественного производства необходимо сформулировать критерий и показатели эффективности. Поиск критериев выбора обществом экономической системы связан с определением уровня или оценкой общественных издержек, требующихся для создания и функционирования ее структур. Эти издержки могут быть скрыты от стороннего наблюдателя, но участники экономического процесса вынуждены считаться с ними, так как размеры подобных издержек нередко способны приносить осуществления взаимосвязей в целом. Это относится как к частным фирмам, работающим на принципах самоуправления, так и государственному сектору и регулированию фирмами, не имеющими хозяйственной и коммерческой самостоятельности. Функционирование органов государственного регулирования экономикой, в особенности если оно всеобъемлюще, обходится обществу чрезвычайно дорого. Подтверждением этому служит государственное регулирование командно-административной экономикой, где изначально была недопустима хозяйственная самостоятельность фирм и их самоуправление (1).

Длительное время считалось, что государственное управление экономикой обходится обществу почти “даром” и не требует каких-либо существенных издержек. Но координация экономики из единого центра оказалась исключительно дорогостоящей, и цена возрастала одновременно с ростом масштабов системы хозяйствования. В конечном итоге оказалось, что подобными методами вообще невозможно решать важнейшие сугубо экономические задачи. В настоящее время нет достаточно точных данных для сопоставления транзакционных издержек самоуправляемых фирм и идентичных фирм, деятельность которых регулировалась из единого центра. Задача подобного подсчета, анализа и сопоставления еще никогда не ставилась ни в одной экономической системе. Начавшиеся исследования показывают, что дороговизна функций государственного регулирования даже в странах с развитой рыночной системой ставит под сомнение правомерность чрезмерных надежд на экономическую эффективность такого регулирования. В будущих экономических системах право на существование могут получить лишь такие организационные формы и структуры, которые по уровню транзакционных издержек окажутся дешевле, потребуют меньше затрат для получения одного и того же результата. Сопоставление результата с затратами может дать представление об эффективности экономической системы любого масштаба (2).

Показателями эффективности, сопоставляющими результаты производства с его затратами, являются:

1) Производительность общественного труда - отношение национального дохода к численности работников материального производства или к рабочему времени, затраченному в материальном производстве. Этот показатель выражает объем национального дохода, который создается в среднем одним работником материального производства; или в среднем за единицу рабочего времени в материальном производстве. Кроме производительности общественного труда, рассчитываются показатели производительности труда в основных отраслях экономики: промышленности, сельском хозяйстве, в строительстве, на транспорте.

2) Материалоемкость национального дохода - отношение материальных затрат к национальному доходу. Иногда рассчитываются более частные показатели: металлоемкость, энергоемкость и другие. Материалоемкость может считаться также по валовому национальному продукту (вместо национального дохода). Она характеризует уровень затрат предметов труда на единицу конечной продукции.

3) Фондоотдача - отношение национального дохода (или ВВП) к стоимости производственных фондов. Она показывает выход конечной продукции с единицы производственных фондов. Иногда вместо фондоотдачи может использоваться показатель фондоемкости, являющийся обратной величиной фондоотдачи.

Обобщающим критерием экономической эффективности общественного производства служит уровень производительности общественного труда.

Производительность общественного труда $P_{\text{общ}}$ измеряется отношением произведенного национального дохода $НД$ к средней численности работников, занятых в отраслях материального производства,

$$P_{\text{общ}} = \frac{НД}{Чм}.$$

Как известно, национальный доход представляет собой вновь созданную в отраслях материального производства стоимость. Другими словами, он является той частью валового общественного продукта, которая остается за вычетом потребленных в процессе производства сырья, топлива, энергии и других средств производства. Исчисляется национальный доход как сумма чистой продукции всех отраслей материального производства. В свою очередь чистая продукция отдельной отрасли определяется как разность между валовой продукцией и материальными производственными затратами.

В определенных отраслях материального производства производительность исчисляется по валовой продукции. При сопоставлении темпов роста производительности общественного труда необходимо выдержать сопоставимость показателей. В этом случае национальный доход следует исчислять в сопоставимых ценах. Экономическая эффективность (Парето-эффективность) - состояние экономики, при котором нельзя изменить распределение ресурсов

так, чтобы повышение удовлетворение потребностей одного субъекта не приводило к снижению удовлетворения потребностей другого.

Главным фактором повышения экономической эффективности является НТП, совершенствование техники и технологии производства, осуществление крупных народнохозяйственных научно-технических программ при максимальной заинтересованности предприятий в использовании этих результатов, в этом отношении большие изменения к лучшему сулит переход к рынку. Экономическая эффективность во многом зависит от организации производства и управления. Кризисное состояние нашей экономики сопровождается снижением ее эффективности. С преодолением кризиса, стабилизацией экономики, а затем и обеспечением ее подъема на основе развязывания инициативы и самостоятельности товаропроизводителей, конкуренции между ними начнет повышаться и экономическая эффективность (3).

Литература:

1. Мостовая Е.Б. Основы экономической теории: курс лекций. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2004.
2. Экономическая теория: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / под ред. В.Д. Камаева. М.: ВЛАДОС, 2010.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3 т./ пер. с англ. ред. О.Г. Радынова. М.: Прогресс, 1999.

Ю. ОШКИНА
н.р. А.А. АДАМЕНКО

ИЗМЕНЕНИЯ В ПОРЯДКЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Взимание налогов – древнейшая функция и одно из основных условий существования государства, развития общества на пути к экономическому и социальному процветанию. Как известно, налоги появились с разделением общества на классы и возникновением государственности, как взносы граждан, необходимые для содержания публичной власти. В истории развития общества еще ни одно государство не смогло обойтись без налогов, поскольку для выполнения своих функций по удовлетворению коллективных потребностей ему требуется определенная сумма денежных средств, которые могут быть собраны только посредством налогов.

При переходе к рыночной экономике возникло множество проблем, которые необходимо решать. Одна из самых острых проблем нашей экономики - это нехватка финансовых ресурсов. Сейчас наиболее приемлемым способом решения данной проблемы может быть налоговое регулирование - система особых мероприятий в области налогообложения, направленных на вмешательство государства в рыночную экономику в соответствии с принятой концепцией экономического роста. Налоговое регулирование охватывает всю экономику в целом. Одним из аспектов налогового регулирования является взимание налогов с населения. В мировой практике взимания налогов эти налоги играют если не определяющую, то одну из главных ролей в регулировании экономики. Через систему косвенного и подоходного налогообложения государство воздейст-

вует на личное потребление и платежеспособный спрос населения путем установления необлагаемых минимумов, освобождение (полного или частичного) отдельных доходов и групп товаров от соответствующих налогов. Через регулирование платежеспособного спроса населения государство влияет на производство и предложение товаров и услуг, на личные сбережения и инвестиции.

Налоговая политика Российской Федерации формируется под воздействием экономических, политических и социальных преобразований, происходящих в стране. Налоги на практике предстают в виде многообразных форм с множеством национальных особенностей, которые в совокупности образуют налоговую систему государства. По набору налогов, способам взимания, ставкам, налоговой базе, льготам, фискальным полномочиям различных уровней власти налоговые системы разных стран существенно отличаются друг от друга. Во-первых, это постоянный поиск путей увеличения налоговых поступлений в бюджет государства, что реализуется введением новых налогов, изменением налоговой базы, изменением оценочной стоимости имущества и соотношением различных видов налогов. А во-вторых, это построение налоговых систем на основе эффективного налогообложения, что подразумевает равное и справедливое распределение налогового бремени, и использование налоговой политики в целях постоянного экономического роста страны.

Налогоплательщиком по налогу на доходы физических лиц практически является каждый из нас. Большинство физических лиц самостоятельно с ним почти не сталкивается и лишь смутно осознает разницу между заработной платой начисленной и выплаченной. НДФЛ удерживают со своих сотрудников и перечисляют в бюджет налоговые агенты – предприятия. Руководствуются налоговые агенты и физические лица-налогоплательщики главой 23 Налогового кодекса. Именно она регламентирует порядок определения налоговой базы, льгот и налоговых вычетов по НДФЛ.

С 01 января 2012 года, в соответствии с новой редакцией п.4 ст.218 НК РФ, стандартный налоговый вычет, предоставляемый родителям, на обеспечении которых находится ребенок, составит:

1 400 рублей – на первого ребенка;

1 400 рублей – на второго ребенка;

3 000 рублей – на третьего и каждого последующего ребенка;

3 000 рублей – на каждого ребенка-инвалида до 18 лет или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы. Предельный уровень дохода 280 000 рублей.

Некоторым налогоплательщикам Российской Федерации предоставляется стандартный налоговый вычет:

в размере 3000 руб. (чернобыльцы, инвалиды ВОВ, инвалиды из числа военнослужащих 1,2 и 3 групп);

- в размере 500 руб. (Герои СССР, Герои России, награжденные орденом Славы 3 степеней, участники ВОВ, инвалиды с детства, инвалиды 1 и 2 групп).

В соответствии со ст.210 Налогового Кодекса, при определении налоговой базы учитываются все доходы налогоплательщика, а именно:

- доходы в денежной форме;
- доходы в натуральной форме;
- доходы в виде материальной выгоды.

Налоговая база определяется отдельно по каждому виду доходов, в отношении которых установлены различные налоговые ставки. В налоговый кодекс существуют различные виды ставок:

1. Ставка 35% устанавливается в отношении следующих доходов:

- стоимость любых выигрышей и призов в части превышающей 4000 рублей;
- суммы экономии на процентах при получении налогоплательщиками заемных (кредитных) средств в части, превышающей 2/3 действующей ставки рефинансирования ЦБ;

2. Ставка 30% устанавливается в отношении всех доходов не резидентов РФ. Исключением из этого правила являются следующие доходы:

- дивиденды от долевого участия в деятельности российских организаций – налоговая ставка составляет 15%;

- вознаграждение за труд иностранных граждан, по найму у физических лиц для личных нужд этих физических лиц, на основании патента, выданного в соответствии с Федеральным законом от 25.07.2002г. №115-ФЗ. Такие иностранные граждане самостоятельно уплачивают авансы по НДФЛ в размере 1000 рублей. Налоговая ставка составляет 13%;

- вознаграждение за труд высококвалифицированного специалиста в соответствии со ст.13.2 Федерального закона №115-ФЗ от 25.07.2002. Заработная плата такого специалиста должна быть не менее:

- одного миллиона рублей из расчета за один год (365 календарных дней), для научных работников или преподавателей приглашенных для научно-исследовательской или преподавательской деятельности;

- двух миллионов рублей для остальных иностранных граждан;

3. Ставка 9% устанавливается в отношении доходов от долевого участия в деятельности организаций, полученных резидентами в виде дивидендов.

4. Ставка 13% устанавливается в отношении всех доходов, за исключением описанных выше.

Из налоговой базы для целей НДФЛ исключается частичная оплата налогоплательщиком стоимости полученных им товаров, выполненных для него работ, оказанных ему услуг. Доходы в натуральной форме могут возникнуть:

- при оплате организацией сотруднику товаров, работ, услуг (полностью или частично);

- при оплате труда сотрудника в натуральной форме;

- при безвозмездном для сотрудника оказании услуг, передаче товаров, выполнении работ.

Доходы, полученные в натуральной форме, облагаются по следующим ставкам:

- 13% для резидентов;

- 30% для не резидентов;

Рассмотрим основные изменения по НДФЛ в 2012 году:

1. Руководителям организаций, их заместителям и главным бухгалтерам организаций при расторжении трудового договора в определенных случаях полагается компенсация.

2. Выходное пособие и средний месячный заработок на период трудоустройства не облагаются НДФЛ в размере, не превышающем в совокупности три средних месячных заработка. При расторжении трудового договора в связи с ликвидацией организации, сокращением численности или штата работников, выплачивается выходное пособие в размере среднего месячного заработка.

3. Единовременная материальная помощь, выплачиваемая физическим лицам в связи со стихийным бедствием или другим чрезвычайным обстоятельством. Также не облагается НДФЛ физические лица – членам семей лиц, погибших в результате таких событий. При условии, если такая помощь была направлена на возмещение материального ущерба или вреда здоровью, причиненного потерпевшего. Теперь данные выплаты будут освобождаться от НДФЛ независимо от цели предоставления денежных средств.

4. Согласно Налоговому Кодексу доходы от продажи продукции животноводства и растениеводства, выращенной в личных подсобных хозяйствах, не облагаются НДФЛ. Но появилось два условия для применения освобождения от обложения НДФЛ, которые соблюдаются одновременно:

- общая площадь земельного участка, используемого физическим лицом для ведения личного подсобного хозяйства, не превышает 0,5 гектаров. В соответствии с указанной нормой этот размер может быть увеличен законом субъекта РФ до 2,5 гектаров;

- для ведения личного подсобного хозяйства не привлекаются наемные работники.

5. Дополнен перечень оснований для получения социального вычета. Физические лица могут получить социальный вычет при перечислении из своего дохода пожертвований благотворительным организациям и иным социально-ориентированным некоммерческим организациям. Причем некоммерческие организации могут не только осуществлять деятельность в области науки, культуры, образования, но и оказывать правовую поддержку и защиту граждан. Кроме того, в социальный вычет можно включить пожертвования, которые физическое лицо перечисляет некоммерческим организациям на формирование или пополнение целевого капитала.

6. Пенсионеры смогут перенести имущественный вычет по расходам на приобретение жилья на предыдущие налоговые периоды, когда они получали налогооблагаемый доход.

Налоги с населения – неотъемлемая часть функционирования экономики любой страны. Во всех ведущих экономически развитых странах мира один из таких видов налога с населения, как подоходный налог с физических лиц, является основной частью дохода федерального бюджета. В нашей же стране основное налоговое бремя пока ложится на юридические лица. Но и сами налоги

с населения имеют большой ряд недостатков. Одним из таких недостатков является непрогрессивность налогов. Большинство населения облагается по минимальной ставке. Следствием этого служит сокрытие налогов высокообеспеченной части населения. Необходимо предотвратить утечку капитала по этим каналам. Наша система налогообложения населения слишком громоздка и требует упрощения, посредством отмены множества льгот и скидок.

Сейчас в России образуется множество новых видов получения доходов населения, а налоговое законодательство не отражает все их виды. Поэтому надо в первую очередь реформировать налоговое законодательство. Без налогового законодательства невозможно нормальное функционирование российской экономики. Только когда мы решим проблему с законом о взимании налогов с населения, мы решим все остальные проблема данного сектора экономики.

Литература:

1. Анненкова Е. Налог на доходы физических лиц с изменениями 2011 и 2012 гг. // ИА "Клерк.Ру". [Электронный ресурс]. URL:<http://www.klerk.ru/buh/articles/253309/>.

У. ПРОХОРОВА
н.р. Р.К. ДУХУ

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Современная кредитная система представляет собой совокупность различных кредитно-финансовых институтов, действующих на рынке ссудных капиталов и осуществляющих аккумуляцию и мобилизацию денежного капитала. Через кредитную систему реализуется сущность кредита как экономической категории, проявляющейся на основе движения ссудного капитала, его возвратности, включая основные формы, виды и функции кредита.

На рынке в современных условиях реализуются различные формы кредита, включая две основные – коммерческий и банковский.

Формы кредита – это способы его представлены товарная или денежная. Принято различать еще и арендную форму, как разновидность этих двух основных форм кредитных отношений.

Наиболее распространенный как за рубежом, так и в нашей стране, банковский кредит. Активным участником кредитных отношений является население страны, выступая в качестве и кредитора и заемщика. Представляемый банками кредит физическим лицам, в основном предназначен на потребительские нужды. Мы рассмотрим организация кредитования на основе учреждений Сбербанка Российской Федерации.

Определяющее влияние на срок привлечения банком вкладов населения оказывает длительность размещения банковских активов. Иными словами, имея в своем кредитном портфеле сделки определенной срочности, банк устанавливает адекватную по срокам структуру обязательств. Это вытекает из политики банка по управлению активами и определяется нормативами Центрального банка РФ.

Сбербанк значительно расширяет сферу своей деятельности в области совершения депозитных, кредитно-расчетных и прочих кассовых операций, но также стал работать с акциями, выдавать поручительства и гарантии совершать

операции с иностранной валютой, вести трастовые (доверительные) операции по поручению клиентов. Кроме того, Сбербанк получил право принимать участие своими денежными средствами в деятельности других финансово-кредитных институтов и предприятий, если она способствует выполнению уставных задач банка.

Помимо привлечения депозитов Сбербанк, как и любой банк, проводит так называемые «активные операции» по размещению предоставленных в его распоряжение вкладчиками денежных средств, получивших название «кредитных ресурсов». Размещение указанных ресурсов происходит по следующим направлениям:

- кредитование населения;
- кредитование организаций и предприятий;
- предоставление ресурсов Центробанку;
- предоставление межбанковских кредитов.

Таким образом, основной активной операции Сбербанка является кредитование. На первых порах учреждения Сбербанка взяли на себя кредитование населения в том объеме, который выполнялся учреждениями Госбанка и Стройбанка СССР. На обслуживание было предоставлено более 1 миллиона ссудозаемщиков этих банков, а объем принятой от них кредитной задолженности составил 1869 миллионов рублей. Наибольшим спросом пользовались кредиты на индивидуальное жилищное строительство, сооружение садовых домиков и благоустройство участков. В своей кредитной политике банк придерживался умеренных процентов. Многим категориям ссудозаемщиков кредиты выдавались на льготных условиях, либо вообще беспроцентные. Так льготное кредитование осуществлялось в отношении двадцати категорий заемщиков на сумму 1121 миллиардов рублей в соответствии с законодательными актами, действующими на территории Российской Федерации. Беспроцентные ссуды выдавались гражданам, пострадавшим в результате ликвидации аварии на Чернобыльской АЭС, инвалидам, участникам Великой Отечественной войны, труженикам тыла, воинам-афганцам, членам семей погибших военнослужащих и некоторым другим категориям граждан. При выдаче ссуд населению банк в своей кредитной политике придерживался умеренных процентов особенно по долгосрочным инвестиционным ссудам (строительство, покупка, ремонт жилого дома, садового участка, приобретения домашнего скота и т.д.). До настоящего времени большинство из выданных банком кредитов носило кратковременный характер, однако Сбербанк рассматривает практику выдачи долгосрочных кредитов населению. Долгосрочные кредиты населению выдавались в основном инвестиционного характера, то есть на покупку и ремонт жилья и хозяйственное обустройство – 97 процентов от общей суммы кредита.

Анализ действующей системы кредитования Сбербанком населения свидетельствуют о возможности дальнейшего расширения операций Сберегательного банка. Новая система кредитования базируется на традиционных общих и специфических принципах:

- целевое использование кредитов;

- обеспеченность;
- срочность;
- платность;
- возвратность.

Принцип срочности кредитования обусловлен планами производства и реализации продукции. Однако это вовсе не означает, что при выдаче ссуд банк должен заранее устанавливать конкретные сроки погашения, оформляя это соответствующими обязательствами. При действующих системах кредитования погашение ссудной задолженности производится направлением поступающей выручки от реализации продукции и других денежных поступлений непосредственно на погашение долга путем зачисления этих средств в кредит специального ссудного счета или через расчетный счет в суммах, вытекающих из установленных планов реализации продукции. Для физических лиц этот принцип играет не последнюю роль, так как у каждого заемщика существуют свои планы на использование ссуды и если не будет срочности, клиент уйдет в другой банк.

Принцип возвратности заемных средств в установленный срок вытекает из их экономической выгоды. Экономической основой кредита (как при кредитовании временных, сверх нормативных потребностей, так и при кредитовании постоянных нормативных потребностей хозяйственной операции) является непрерывность кругооборота общественных фондов и денежных средств в хозяйстве, поскольку при такой непрерывности в конце каждого оборота происходит постоянное высвобождение авансированных средств. Высвобождающиеся из хозяйственного оборота средства возвращаются банку. Соблюдение принципов возвратности и срочности кредита находит свое проявление в показателях, характеризующих деятельность и использование заемных средств, или в сроках их оборачиваемости. Ускорение оборачиваемости оборотных средств должно сопровождаться ускорением оборачиваемости всех ресурсов, формирующих собственные или заемные средства.

Одним из важнейших принципов является принцип целевого использования заемных средств. При нецелевом использовании кредита банк вправе, согласно кредитного договора и обязательства, применить штрафные санкции к нарушителю. Это может быть требование срочно погасить оставшийся долг с учетом процентов или банк помимо этого может увеличить процентную ставку по предоставленному кредиту. Обеспеченность тоже является важнейшим фактором при выдаче кредита юридическому или физическому лицу. Для этого банк выдвигает требования к ссудозаемщику, что в случае неуплаты по ссуде, оплата долга будет гарантирована либо поручителем, либо имуществом или недвижимостью, либо реализацией залога.

Последним немаловажным принципом кредитования является платежеспособность. Появление просроченной задолженности по ссудам банка показывает, что в финансовом состоянии физического лица не все благополучно и учреждения банка при необходимости может принять меры экономического воздействия. Все вышеперечисленные принципы кредитования являются ведущим

механизмом в работе кредитной системы не только Сберегательного банка, но и кредитной системы Российской Федерации.

При анализе сегодняшней структуры кредитной системы Российской Федерации видно, что она приближается к модели кредитной системы ведущих стран мира. Сберегательный банк Российской Федерации занимает одно из главенствующих мест в кредитной системе. Объявленный уставной капитал составляет 500 миллиардов рублей и является на данный момент одним из крупнейших среди всех Российских банков, имеет во вкладах 67 процентов средств населения, привлекаемых всеми банками страны.

Литература:

1. Федеральный закон о Центральном Банке РФ от 12 апреля 1995 г.
2. О банках и банковской деятельности: федеральный закон РФ от 3 февраля 1996.
3. О банках и банковской деятельности: федеральный закон от 23 декабря 2003 г. №181-ФЗ "О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон.
4. Порядок взаимодействия подразделений Сбербанка России при приеме ценных бумаг в обеспечение выдаваемых кредитов и банковских гарантий от 15.12.2004 года №1310-р.
5. Порядок оценки кредитных рисков, установления, мониторинга, актуализации и контроля лимитов риска на субъекты Российской Федерации (Редакция 4) от 15.12.2003 года. № 618-4-р и изменения к нему.
6. Порядок экспресс-выдачи учреждениями Сбербанка России кредитов физическим лицам под заклад ценных бумаг» от 18.09.1997года № 261-р и изменения к нему.
7. Порядок выдачи Сбербанком России и его филиалами кредитов физическим лицам под залог мерных слитков драгоценных металлов» от 19.03. 2001 года № 717-р и изменения к нему.
8. Правила кредитования физических лиц Сбербанком России и его филиалами № 229-3/3-р от 4.03.2005.
9. Абрамова О.М., Александрова Л.С. Финансы, денежное обращение и кредит. М., 2008.
10. Аванесова Г. Применение банковской гарантии и договора поручительства в банковской практике // Хозяйство и право. 2009. № 7 С. 175-185.
11. Антонов Н.Г., Пессель М.А. Денежное обращение, кредит и банки. М.: Финстатинформ, 2009. С. 360.
12. Гамидов Г.Н. Банковское и кредитное дело. М.: ЮНИТИ, Банки и биржи, 2010.
13. Горчаков А.А., Половников В.А. Тенденции развития кредитного рынка России // Банковское дело. 2008. №3. С. 29-38.
14. Дробозина Л.А., Окунева Л.П., Андрисова Л.Д. и др. Финансы. Денежное обращение. Кредит. М.: Финансы, ЮНИТИ, 2009.

Р. РАХИМОВ

н.р. Х.Ш. ХУАКО

ВОЗМОЖНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОТМЕНЫ ЕДИНОГО СОЦИАЛЬНОГО НАЛОГА ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С 1 января 2010 года из Налогового кодекса РФ исключена глава 24 "Единый социальный налог". Одновременно с этим, в силу вступил Федеральный закон от 24 июля 2009г. № 212-ФЗ, согласно которому организации обязаны перечислять страховые взносы во внебюджетные фонды. А именно:

- в Пенсионный фонд РФ на обязательное пенсионное страхование;
- в Фонд социального страхования РФ на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством;

- в Федеральный и территориальные фонды обязательного медицинского страхования РФ.

Целью принятия данного закона было, прежде всего, повышение доходной части бюджета пенсионного фонда, испытывающего много миллиардный дефицит, увеличение притока взносов в социальные фонды и поднятие величины средней пенсии выше прожиточного минимума, увеличение пособия по временной нетрудоспособности, беременности и родам.

Однако с введением страховых взносов увеличивается не только ответственность внебюджетных фондов за получение страховых взносов и распоряжение ими, но и налоговая нагрузка на налогоплательщиков. Особенно малый и средний бизнес, применяющий упрощенную систему налогообложения, так как размер их страховых взносов в 2011 году увеличиться с 14% до 34%.

Для предприятий малого бизнеса, работающих в высокотехнологичных секторах и сельском хозяйстве, предусмотрен переходный период до пяти лет, в течение которого увеличение будет компенсироваться из федерального бюджета. Переходный период до 2015 года также предусмотрен для некоторых льготных категорий: инвалидов, общин коренных малочисленных народов Севера и др. С 2015 г. все категории налогоплательщиков обязаны будут платить страховые взносы по полной ставке – 34%. Также отменяются все отсрочки и рассрочки по уплате страховых взносов.

По мнению многих специалистов, увеличение страховых взносов в первую очередь способствовать сокращению работодателем издержек на фонд оплаты труда. При этом способы сокращения могут быть различные – снижение зарплаты (хотя это и запрещено Трудовым кодексом РФ), переход к конвертным схемам (“серым зарплатам”), сокращение штата сотрудников организации и увеличение числа неофициальных работников и т.д.

Поэтому маловероятно, что поставленная цель повышения доходной части бюджета Пенсионного фонда будет достигнута в ближайшее время.

Заслуживает внимания и тот факт, что взносы не будут начисляться на годовую зарплаток, больший 415 тыс. рублей (эта предельная величина базы начисления будет ежегодно индексироваться в соответствии с ростом средней зарплаты). Пенсионные права на эти суммы также не будут распространяться. Тем самым фактически отстраняются из системы государственного пенсионного обеспечения все те, кто зарабатывает больше 35 000 рублей в месяц.

В соответствии с п.п. 15 п. 1 ст. статьи 9ФЗ от 24 июля 2009 г. №212-ФЗ взносами не облагаются “суммы выплат и иных вознаграждений по трудовым договорам и гражданско-правовым договорам, в том числе по договорам авторского заказа в пользу иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих на территории Российской Федерации” Намерение законодателя понятно – зачем временно пребывающего на территории РФ обеспечивать пенсионными правами, если он не намерен проживать в РФ в дальнейшем. Однако из этого следует, что работодателем выгоднее брать на работу иностранцев, а не граждан РФ. Данное обстоятельство может привести к сокращению офици-

ального уровня занятости граждан РФ с одной стороны и увеличению иммиграции с другой.

Помимо увеличения налоговой нагрузки, замена ЕСН на страховые взносы приводит к увеличению административной нагрузки. Существенно увеличивается объём отчётности для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которую они теперь будут сдавать сразу в три госоргана: Фонд социального страхования, Пенсионный фонд и ИФНС. В результате у налогоплательщиков появляются два новых контролирующих органа – Пенсионный фонд и Фонд социального страхования и как следствие – увеличение числа проверок. Данный факт волнует налогоплательщиков даже больше, чем вопрос увеличения платежей. Во многих организациях малого и среднего бизнеса руководитель сам вёл бухгалтерскую и налоговую отчётность, но с введением сдачи отчётности во все внебюджетные фонды, при этом учитывая в дальнейшем сдачу ежеквартального персонифицированного отчёта и увеличения числа проверок, также необходимо увеличить затраты организации на оплату услуг профессионального бухгалтера.

С проблемой увеличения административной нагрузки столкнулись не только организации, но и непосредственно фонды, так как для эффективного функционирования новой системы налоговым органам и Пенсионному фонду РФ необходимо окончательно разграничить полномочия:

- 1) произвести сверку соответствия реестров страхователей Пенсионного фонда РФ с данными ФНС РФ;
- 2) выявить различия в данных по задолженности, определить круг должников;
- 3) модернизировать формы электронной отчётности и способы обработки информации;
- 4) увеличить штат сотрудников Пенсионного фонда РФ.

Последний аспект разграничения полномочий озвучил заместитель министра финансов Сергей Шаталов, по подсчетам которого для эффективного контроля за выплатами взносов придётся нанять от 7 до 10 тысяч ревизоров. Значит, придётся увеличивать штаты, что ляжет нагрузкой на госбюджет. Только проблема в том – как обеспечить фонды таким количеством кадров. Высказывалось мнение перевода сотрудников из налоговых органов, которые контролировали ЕСН. Но данный вопрос пока не решен, так как сотрудники налоговых органов ещё 3 года будут курировать ЕСН (переходный период).

Официально специалисты Пенсионного фонда РФ и ФСС РФ начиная уже с 2010 года получили право проводить совместные выездные проверки организаций по новым страховым взносам (ст. 35 Федерального закона от 24.07.09 №212-ФЗ). Однако, из-за незавершенного процесса перераспределения полномочий между налоговыми органами и фондами, специалисты фондов официально заявили, что начать такие проверки планирует не раньше 2011 года, после того, как уже сложится практика применения нового законодательства о страховых взносах и закончится первый расчетный период-год.

В связи с перераспределением полномочий, у налогоплательщиков возникли проблемы с возвратом переплаты по страховым платежам, которые возникли у организаций на 31 декабря 2009 года, так как данный возврат осуществляется уже по новым правилам, которые установлены в статьях 26 и 27 закона №212-ФЗ. То есть вместо того, чтобы направить данные средства, например в оборот и получить дополнительный доход, с которых и будут уплачены страховые взносы, они пока находятся на счетах ПФ РФ.

Новый федеральный закон от 24 июля 2009 г. №212-ФЗ не делает различий для предприятий, применяющих специальные налоговые режимы налогообложения, и других налогоплательщиков. Например, упрощенная система налогообложения с 2011 года по выплатам страховых взносов приравнивается к общей системе налогообложения. И это удивительно, когда в стране пропагандируется поддержка малого и среднего бизнеса, когда на законодательном уровне ставятся цели увеличить долю малого бизнеса в России до 60-70%.

В современных экономических условиях страны у предприятий малого и среднего бизнеса нет запаса рентабельности, который позволил бы платить дополнительные суммы по страховым начислениям во все фонды. Поэтому цель государства – сбалансировать пенсионную систему – в краткосрочной перспективе достигнута не будет. Однако малый и средний бизнес отреагирует на нововведения по-своему – сокращением фонда оплаты труда организации, официального уровня занятости и налогов, поступающих в бюджетную систему, а главное – развитием “теневое” сектора.

Литература:

1. О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования: федеральный закон от 24 июля 2009 года №212-ФЗ.
2. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.audit-it.ru/news/account/193432.html>.
3. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.audit-it.ru/news/account/192984.html>.
4. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.pravcons.ru/publ11-01-2010-3.php>.

А. РОМАНОВА
н. р. **А.И. СТАДНИК**

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ БИЗНЕСПЛАНИРОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Рыночная экономика предъявляет к руководителям достаточно высокие требования. Это объясняется повышением конкуренции, а значит, и ответственности за проводимые и принимаемые решения, планы, идеи. Руководитель все чаще становится перед выбором: либо повышать свою долю персональной ответственности и риска, либо распределить их между партнерами, улучшив шансы на осуществимость своих планов, но снизив уровень собственных притязаний на получение выгоды. В любом случае риск должен быть оправдан, а честолюбивые стремления следует подкреплять соответствующими действиями.

Инструментом к повышению степени осуществимости идей и проектов любого типа служит планирование. Любую сложную проблему можно разде-

лить на более простые, а затем детализировать и рассмотреть вероятность их осуществления. Этот метод лежит в основе бизнес-планирования. Процесс бизнес-планирования сложный и трудоемкий, поэтому нужны экономические знания, навыки и опыт

Бизнес-планирование - явление новое в экономике России, несмотря на то, что многие понятия рыночной экономики уже вошли в деловую жизнь и практику наших предприятий (организаций). С развитием рынка в России необходимость бизнес-планирования стала настолько очевидной, что уже в 1994-1995гг. их применение становится обязательным. Необходимость составления бизнес-планов осознана на государственном уровне.

При переходе к рыночным отношениям в России планирование оказалось практически полузабытым. Между тем, планирование – это важная функция управления любым предприятием. Именно в процессе изучения планирования происходит системное формирование студента-экономиста как будущего специалиста, способного участвовать в создании предприятия и управления им.

Многолетний опыт зарубежных фирм и российских предприятий показал, что недооценка планирования предпринимательской деятельности в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпетентное осуществление зачастую приводит к неоправданным экономическим потерям и, в конечном счете, к банкротству. Рынок не подавляет и не отрицает планирование вообще, а только перемещает эту работу в первичное производственное звено. Даже в стране в целом сохраняется необходимость планирования, и его нельзя полностью заменить невидимой регулирующей рукой рынка. Государство должно планировать стратегию своего экономического развития, решение глобальных экономических проблем, крупных социальных и научно-технических программ, распределение бюджета страны, расхода на оборону и др.

В условиях рыночной экономики конечный успех предпринимательского проекта зависит от множества факторов: одни обуславливают перспективность предпринимаемого мероприятия, другие указывают на его невозможность или большую степень риска его осуществления. Переменчивость многих важных слагаемых предпринимательского проекта многократно усиливает непредсказуемость исхода дела. Тщательный учет возможного направления их влияния на предпринимательский проект – важнейшее условие успешной деятельности предпринимателя. Опыт десятков поколений предпринимателей, успех и неудача бизнеса, крах надежд одних и блестящие карьеры других, обобщенные мировой практикой и экономической наукой, привели к выработке целого арсенала мероприятий. В результате риск выполнения предпринимательского проекта можно выявить заранее и значительно снизить, а предсказуемость успешности бизнеса определить в достаточной степени точно.

В условиях рынка и жесткой конкурентной борьбы предприятие должно уметь быстро и адекватно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде и внутри самого предприятия. Это становится возможным, когда выполняется несколько условий:

- администрация и инвестор правильно оценивают реальное финансовое положение предприятия и его место на рынке;
- существуют конкретные цели, к достижению которых должно стремиться предприятие;
- при постановке целей предприятия менеджмент активно использует планирование, строго контролируется и выполняется каждый шаг плана для их достижения;
- администрация предприятия и инвестор понимают суть процессов происходящих на рынке, во внешней среде и внутри самой фирмы.

Бизнес-план составляется для внутренних и внешних целей. В подавляющем большинстве случаев, так уж сложилось в нашей стране, бизнес-план фирмы начинают составлять, когда необходимо привлечь инвестиции. Но дело в том, что это только одна сторона дела, на самом деле он составляется не только для внешних целей.

Внешние цели, для которых составляется бизнес-план предприятия - обоснование необходимости привлечения дополнительных инвестиций или заемных средств, демонстрация имеющихся у фирмы возможностей и привлечение внимания со стороны инвесторов и банка, убеждение их в достаточном уровне эффективности инвестиционного проекта и высоком уровне менеджмента предприятия.

Каждый инвестор захочет оценить выгодность инвестирования в предлагаемый инвестиционный проект и оценить соотношение возможной отдачи от проекта и рискованности вложений, а лучший способ для этого - изучить и проанализировать бизнес-план инвестиционного проекта.

Бизнес-план инвестиционного проекта, это, по сути - его визитная карточка. Он дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект и при каких условиях он будет наиболее эффективен при допустимой для инвестора степени риска и верности допущений, сделанных разработчиком инвестиционного проекта.

Грамотно составленный бизнес-план инвестиционного проекта является обязательным условием получения банковского кредита. Если у заемщика он отсутствует, это говорит о низком профессиональном уровне менеджмента предприятия, его не владении ситуацией, и делает получение кредита в банке практически невозможным, кроме того, в будущем банк будет оценивать выдачу кредита такому предприятию, как более высокорисковую операцию. Это означает, что банк, учитывая более высокий риск невозврата кредита, обязательно увеличит величину процентов по кредиту в сторону увеличения, а кредит соответственно - станет дорогим и невыгодным.

Гораздо более важными для фирмы являются внутренние цели, для четкого видения и понимания которых необходимо составить бизнес-план предприятия.

Внутренние цели - планирование бизнеса, обучение и проверка знаний менеджмента предприятия, понимания им рыночной среды и реального положения предприятия на рынке. Очень важны достижение понимания инвестором и администрацией предприятия стратегических целей, характеристик, конку-

рентной среды, слабых и сильных сторон конкретного инвестиционного проекта, его возможной эффективности при заданных условиях. Понимание того, как правильно составить бизнес план, становится обязательным требованием к подготовке любого менеджера, управленца и бизнесмена. В качестве резюме: составив бизнес-план фирмы, Вы сделаете предприятие более эффективным, управляемым и прибыльным, сможете с более высокой точностью прогнозировать ситуацию на будущее.

В современной быстроменяющейся экономической ситуации невозможно добиться положительных результатов, не планируя своих действий и не прогнозируя последствий.

Бизнес-планирование – это определённые цели развития управляемого объекта, методов, способов и средств её достижения, разработка программы, плана действия различной степени детализации на ближайшую и более отдалённую перспективу.

Бизнес-планирование – одна из важнейших предпосылок оптимального управления производством.

Бизнес-планирование необходимо любой организации, которая намеревается предпринимать какие-то действия в будущем.

Процесс планирование позволяет увидеть весь комплекс будущих операций предпринимательской деятельности и предвосхитить то, что может случиться. Особенно важно планирование в коммерческой деятельности, где требуется предвидение в долгосрочной перспективе и предварительные разработки, предшествующие первым шагам предприятия. Составление и реализация плана – непрерывный процесс.

Работа без плана является реакцией на совершающиеся события, деятельность на основе плана – реакция на предвиденные и запланированные явления.

Современная экономическая ситуация, связанная с активным развитием рыночных отношений, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Они вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Оптимальным вариантом достижения таких решений является новая прогрессивная форма плана – бизнес-план.

Литература:

1. Булатов А.С. Экономика: учебник. М.: Экономистъ, 2007.
2. Бабашкина А.М. Государственное регулирование национальной экономики: Учеб.пособие. М.: Финансы и статистика, 2006.
3. Волкова. О.И, Позднякова В.Я Экономика предприятия (фирмы): Уважаемые господа, учеб.пособие для студентов вузов. Практикум. М.: ИНФРА-М, 2005.
4. Грибов В.Д. Экономика предприятия: учеб.пособие. Практикум. М.: Финансы и статистика, 2006.
5. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании. М.: Омега-л, 2007
6. Ильина А.И. Экономика предприятия: учеб. пособие. М.: Новое знание, 2008.
7. Ляпунова С.И, Млодик С.Г. Бизнес-планирование: учеб. для студентов вузов / под ред. В.М. Попова. М.: Финансы и статистика, 2008.
8. Сафронов Н.А. Экономика организаций (предприятий): учеб. Для студентов вузов. М.:Экономистъ, 2007.

9. Складенко В.К. Прудникова В.М. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах): учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2006.

10. Тальмина П.В., Чернецова Е.В. Практикум по экономике организации (предприятия): учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2007.

11. Шепеленко Г.И. Организация и планирование производства на предприятии: учеб. пособие. Р-н/Д.: Март, 2008.

М. СЕЛЕЗНЕВА

н.р. О.В. ИЩЕНКО

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭТНОЭКОНОМИКИ КАК АНТИКРИЗИСНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕВЕРНОГО КAVКАЗА

Регионы Северного Кавказа традиционно характеризуются как депрессивные территории с высокой политической напряженностью. На наш взгляд, в соответствии с экономическим подходом к решению этих проблем, обеспечение ускоренного социально-экономического развития является прочной основой достижения политической стабильности в этом высоко конфликтном регионе. Это требует SWOT-анализа перспектив экономического развития северокавказских республик.

Проведение этого анализа позволило выделить причины стагнирующего развития данных республик:

- снижение конкурентоспособности основных видов традиционно производимой продукции и низкая степень притока капитала вследствие высокой рискованности развития бизнеса на кланово регулируемой территории;

- отказ от системы Госплан – заказа и низкая эффективность вследствие углубляющейся клановости распределения бюджетных заказов;

- истощение материально-сырьевой базы и отсутствие источников ее воспроизводства;

- неблагоприятные структурные сдвиги в экономике, детерминирующие деиндустриализацию и примитивизацию ее отраслевой структуры.

На следующем этапе SWOT-анализа определяются перспективные отрасли развития экономики северокавказского региона, определяющие ее место в современном экономическом пространстве. В силу объективных природно-климатических преимуществ северокавказских республик в качестве основных направлений их стратегического развития выступают: туризм и комплементарное к нему развитие гостиничного бизнеса, АПК, а также малая промышленность, которые составляют основную сферу этноэкономического хозяйства этих республик.

Материальная база туристической отрасли на Кавказе была создана еще в советские времена, что требует ее осовременивания, т.е. модернизации через диверсификацию, универсализацию гостиничного комплекса, привлечения ресурсов ближайших регионов для формирования олимпиадных объектов. На наш взгляд, проведение в России зимней олимпиады-2014 способствует созданию материальной основы для возрождения внутреннего туризма. В этой связи целесообразно Юг России выделить как единую туристическую зону, что позволит модернизировать сферу обслуживания туристов, развлечения, справоч-

но-информационное и транспортное обслуживание в регионе в целом, а не только в Красной поляне.

Агропромышленный комплекс также требует комплексной и систематически проводимой модернизации. Устаревшую технику обработки земельных угодий следует заменить на более совершенную, реализовать ряд крупных локальных проектов по производству экологически чистого продовольствия (постройка теплиц на основе гидропоники, крупных животноводческих комплексов), а также обеспечить государственную поддержку сельхозтоваропроизводителей в условиях кризиса. Принятие ряда правительственных программ по формированию инновационного вектора модернизации экономики обеспечивает поддержку реального сектора экономики, в частности, текстильной, фармацевтической, пищевой промышленности. Наряду с этим развитие этноэкономической составляющей экономики северокавказских республик требует внедрения инновационных технологий продвижения продукции народных промыслов на рынок - как межрегиональный, так и мировой.

Особую роль в таких программах играет Ассоциация «Северный Кавказ» через проведение совместных выставок, экономических и инновационных форумов. Необходим также ряд эффективных мер по поддержке малого и среднего бизнеса, открытие новых бизнес-инкубаторов, ускорение строительства жилого фонда за счет использования их потенциала. Помимо внутрирегиональных инвестиций целесообразно привлечение межрегиональных и иностранных инвестиций на крупные проекты. Примером является Карачаево-Черкесия, в развитие экономики которой Правительство Москвы вложит 700 млрд. руб. Перспективной, генерирующей экономическое развитие территории отраслью является также строительство малых ГЭС на богатой водными ресурсами территории республик.

В основу деятельности агентств инвестиций должна быть положена концепция государственно-частного партнерства как залог безопасности и стабильности для бизнеса. Эффективно также расширение сотрудничества с соотечественниками, проживающим на других территориях, для организации совместных фирм.

Такая форма и организация этноэкономического хозяйства за счет развития и поддержки его сфер является наиболее оптимальной в данных условиях.

Литература:

1. Батурич В.М., Керимов В.Э. Финансовый левэридж как эффективный инструмент управления финансовой деятельностью предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2000. №2.
2. Воробьев С.Ю. Стратегия финансирования деятельности предприятия на основе показателей риска / Научные труды IV Международной научно-практической конференции "Фундаментальные и прикладные проблемы приборостроения, информатики, экономики и права". Секция "Экономика". ч. 2 / М.: МГАПИ, 2001. С.10.
3. Степанов Д. Эффект финансового левэриджа и специфика его расчета в российских условиях [Электронный ресурс]. URL: www.GAAP.RU.

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК «ЯКОРЬ» ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Авторы многих теорий, объясняющих экономические кризисы, оставляют в стороне духовно-нравственные факторы. Ученых-экономистов больше интересуют финансовые причины кризисов и лишь в малой степени - причины, связанные с социальным капиталом. Однако последние являются немаловажными, и в данной работе хотелось бы это подчеркнуть и показать какое влияние оказывает социальный капитал на экономическое развитие. Таким образом, целью данной работы является: рассмотрение социального капитала с позиции фактора, сдерживающего экономическое развитие.

Задачи, поставленные в данной работе:

- 1) рассмотреть различные подходы к определению социального капитала;
- 2) раскрыть структуру социального капитала, его основные элементы;
- 3) привести примеры сдерживающего воздействия социального капитала на экономическое развитие.

В современной научной литературе ведутся дискуссии о понятии социального капитала. Многочисленность определений социального капитала показывает, что для различных ученых и наук это понятие означает различные вещи.

Понятие «социальный капитал» введено в оборот в 1980-е годы Д. Коулмэном и Р. Патнэмом, которые считали, что принятые нормы социального взаимодействия по аналогии с физическим капиталом представляют некую ценность для экономики.

Социальный капитал воплощен в отношениях между людьми, и, следовательно, является менее осязаемым из всех видов капитала, а значит и наиболее проблемным с точки зрения измерений и интерпретации.

Лоури Г. рассматривает социальный капитал как естественно сложившиеся социальные связи между людьми, способствующие приобретению квалификации и качеств, ценящихся на рынке, активы, которые могут быть не менее значимыми, чем финансовые ресурсы.

Портез А. считает, что социальный капитал характеризует способность индивидов распоряжаться редкими ресурсами благодаря своей принадлежности к различным общественным объединениям и другим социальным структурам.

Глейзер же проводил различие между общественным и индивидуальным социальным капиталом. К общественному он относил ресурсы общества, которые позволяют ему преумножать свое благосостояние. Индивидуальный социальный капитал – это набор определенных социальных качеств и навыков, которые увеличивают отдачу индивида от контактов с другими людьми.

Для социального капитала характерны три основные черты:

1. *Целесообразность.* Множество социальных связей помогают личности достичь определенной цели.

2. *Сознательность.* Социальный деятель должен целесообразно и сознательно использовать преимущества тех социальных структур, к которым он относится.

Формирование на основе существующих социальных структур.

Структура социального капитала имеет три уровня. Первый – микро-уровень – это установившиеся связи между отдельными индивидами в экономике. Второй – мезо-уровень – это социальные сети или устойчивые связи между различными фирмами в экономике. Наконец, третий – макро-уровень – эти мировые торгово-экономические отношения. Данную структуру можно представить в виде треугольника, внутри которого находятся социальные сети, общие нормы и убеждения, доверие и правила. Стоит также отметить, что многие ученые выделяют доверие как очень важную составляющую социального капитала.

Социальные сети – это элемент социального капитала. Однако, как и понятие социального капитала, понятие социальной сети трактуется различными учеными по-разному. Наиболее простым определением может быть следующее: социальные сети – это межличностное общение.

Для формирования социального капитала наиболее важны социальные горизонтальные сети, в то же время вертикальные, основанные на иерархической структуре, – препятствуют этому процессу.

Анализирующие социальные сети ученые утверждают, что социальные сети следует анализировать шире, включая не только неформальные, но и формальные сети. Структура социальной сети может быть открытой или закрытой.

Социальный капитал – это необходимое и важное явление, однако, с другой стороны, это мощная костная структура, которую очень сложно изменить. Именно поэтому в некоторых случаях социальный капитал становится сдерживающим фактором экономического развития. Если общество не готово к каким-то радикальным переменам, даже если эти перемены экономически оправданы и необходимы, то все попытки радикальных нововведений будут терпеть фиаско.

Ярким тому примером может послужить провал реформ «шоковой терапии». «Шоковая терапия», начавшаяся в январе 1992 г., была попыткой России совершить переход к рыночной экономике. Соответствующая программа, составленная Егором Гайдаром при поддержке западных экономистов, Всемирного банка и Международного Валютного Фонда, начала реализовываться вскоре после распада Советского Союза. «Шоковая терапия» Гайдара основывалась на трех элементах: стабилизация, либерализация и приватизация. Каждый из этих элементов дал результаты, сильно отличающиеся от тех, на которые рассчитывали ее инициаторы, и каждый внес значительный «вклад» в бедствия, выпавшие на долю российской экономики. Российское общество оказалось просто не готово к таким радикальным переменам.

Как показала российская действительность, методы рыночных преобразований, предложенные теоретиками «шоковой терапии», оказались, во-первых, неадекватными объекту преобразований, во-вторых, не учитывалась сложность социально-экономических последствий, а также несопоставимость мер «шоковой терапии» по своему значению. Так, макроэкономическая стабилизация и приватизация были отнесены к приоритетным мерам, проблемы сбережений и инвестиций оказались на втором плане, их предполагали решить после перехо-

да экономики в желаемое конечное состояние; не ожидалось, что место отсутствующих рыночных хозяйствующих субъектов займут криминальные элементы и т.д.

Российское общество оказалось не готовым к таким реформам. Фактически российское общество поворачивало реформы вспять. Это и является наглядным примером действия механизмов социального капитала.

Другим вариантом негативного воздействия социального капитала на экономическое развитие страны может послужить то, что связи, сложившиеся в данном обществе, не стимулируют экономику, а наоборот, «подрезают ей крылья». Такая ситуация сложилась в современном российском обществе. В экономической системе Российской Федерации сложились так называемые двойные нормы морали, ведь условия ведения бизнеса равны лишь на бумаге. В действительности создаются преференции для одних предприятий и устанавливаются жесткие условия для других. Следовательно, нарушается основной механизм рыночной экономики - механизм конкуренции, который, собственно, и заставляет предпринимателей создавать инновации. Таким образом, фирмы просто не видят стимулов для создания инновационных продуктов, а экономика «затормаживает» в своем развитии.

Недаром Россия стоит, чуть ли ни на первом месте по уровню коррупции. Сложившиеся в Российской Федерации отношения между правящей верхушкой и предпринимателями можно как раз так считать проявлением отрицательной стороны социального капитала, которая и является сдерживающим фактором экономического развития. Для создания положительных форм социального капитала необходимо наличие в обществе более доверительных отношений. Однако люди в России в этом не виноваты, просто живя в условиях командно-административной системы, они учились никому не доверять, подчиняться власти и не проявлять никакой инициативы.

Таким образом, можно сделать вывод, что социальный капитал - хоть явление и необходимое, но исторически сложившееся и устоявшееся. Чтобы изменить сложившиеся в обществе связи, требуется немало усилий. Социальный капитал, как система достаточно консервативная, не всегда способствует экономическому развитию, а не редко и вовсе тормозит его, становясь «якорем» экономического развития.

Литература:

1. Мачеринскене М., Минкуте-Генриксон Р., Симанавичене Ж. Социальный капитал организации: методология исследования // СОЦИС. 2006. №3.
2. Саградов А. Воспроизводство населения и социальный капитал // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. 2006. №5. С. 15-31.
3. Ясин Е. Модернизация и общество // Вопросы экономики. 2007. №5. С. 4-29.
4. Натхов Т. Образование, социальный капитал и экономическое развитие. Вопросы экономики, 2010. №8. С. 112-122.
5. Официальный сайт: Учреждение Российской академии наук Институт социологии РАН. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.isras.ru/>
6. Официальный сайт: Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iet.ru/>

А. СОКУР

н.р. Д.А. МАШКОВ

**ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ НАЛОГОВОГО УЧЕТА.
РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

Источником становления учета (в широком смысле данного понятия) стала хозяйственная деятельность. С середины XIX в связи с экспансией акционерного капитала и изменениями в налогообложении произошло резкое усиление налогового законодательства. Отмечается, что государственные органы начали активно регулировать бухгалтерский учет не только в России, но и во многих других странах только в фискальных интересах на рубеже XIX и XX вв., когда объектами налогообложения. Первая модель («Континентальная») представляет собой положение, при котором бухгалтерский и налоговый учет фактически совпадают. При этом бухгалтерский учет выполняет все фискально-учетные задачи. Эта модель возникла в Пруссии XIX в., где было введено правило: сумма балансовой прибыли должна быть равна налогооблагаемой величине. Таким образом, понятие «Балансовая прибыль» отождествляется с понятием «Налогооблагаемая прибыль». Главная особенность данной модели состоит в том, что финансовая отчетность составляется в интересах государственных налоговых органов. Учет - целостная единая система, которую невозможно разделить на части. К континентальной системе относятся учетные системы Германии, Швеции, Бельгии, Испании, Швейцарии и др.

Вторая модель имеет наименование «Англосаксонский» (Британо-американская) и предполагает параллельное сосуществование бухгалтерского и налогового учета как двух самостоятельных систем, преследующих различные цели. Возникла данная концепция в Великобритании. Суть – сумма прибыли принципиально отлична от налогооблагаемой величины. Главная особенность: финансовая отчетность составляется в первую очередь в интересах собственников. К англосаксонской относится в частности, учетные системы США, Великобритании, Австрии, Канады, Нидерландов и другие. Однако не следует забывать, что на практике бывает трудно, а порой невозможно однозначно идентифицировать модель, применяемую в том или ином государстве.

Современная учетная система России формировалась на основе англосаксонской модели. Понятие «Налоговый учет» для российской практики относительно новое. Как отдельный вид учета налоговый учет долгое время именовался «с учетом для целей налогообложения». Появление же самого налогового учета в России и закрепление его как термина сопряжено с введением в действие 25 главы налогового кодекса РФ (далее НК РФ) «Налог на прибыль организаций». Однако можно выделить ряд этапов, способствовавших появлению термина «налоговый учет» в законодательстве РФ.

Этап 1. Его началом считается введение в действие федерального закона РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» от 01.01.1992 г.. Данным законодательным актом для учета в целях налогообложения были закреплены специальные показатели, применение которых повлекло за собой разделение бухгалтерского учета и учета в целях налогообложения: дано понятие

выручки для целей налогообложения (предусмотрены стоимостные корректировки выручки от реализации продукции (работ, услуг) до уровня рыночных цен в случае реализации по ценам не выше фактической себестоимости или прямого обмена продукции (работ, услуг)).

Этап 2. Данный этап связан с утверждением Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ и услуг), включаемых в себестоимость, и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли №552 от 5.08.1992 г. Согласно Постановлению на счетах учета затрат на производство и издержек обращения отражаются расходы не в сумме физических затрат, а только в пределах норм, установленных для целей налогообложения. Кроме того, появились объекты, не отражаемые в финансовых результатах по данным бухгалтерского учета, но меняющие финансовый результат для целей исчисления налога на прибыль по данным налогового учета, например, безвозмездно полученные ценности.

Итогом первых двух этапов стала ситуация, когда правильное отражение в бухгалтерском учете операций, связанных с формированием финансовых результатов, не означает достоверность этих финансовых результатов для налогового учета. Так и возникла необходимость организовать дополнительные учетные процедуры, обеспечивающие правильность определения налоговой базы по налогу на прибыль, т.е. вести «учет для целей налогообложения».

Этап 3. Начался с 01.07.1995г. и связан с введением Постановления Правительства 661. Данным Постановлением было установлено, что для целей налогообложения произведенные организацией затраты корректируются с учетом подтвержденных в установленном порядке лимитов, норм и нормативов; вместо порядка формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли; было установлено, что порядок выручки от реализации продукции (работ, услуг) устанавливается именно для целей налогообложения.

Этап 4. Приказом Минфина №115 «О годовой бухгалтерской отчетности за 1995 г. «были предъявлены требования к нормированию учетной политики для целей налогообложения, а также регламентированы условия определения обязательств по оплате с учетом кассового метода и метода начислений.

Этап 5. Наиболее значимым этапом в истории становления налогового учета является принятие налогового кодекса. Первой частью НК РФ, а именно п. 1 ст.54 установлено, что «налогоплательщики-организации исчисляют налоговую базу по итогам каждого налогового периода на основе данных регистров бухгалтерского учета и (или) на основе иных документально подтвержденных данных об объектах, подлежащих налогообложению либо связанных с налогообложением». Т.е. НК РФ обозначено, что бухгалтерский учет не является единственно возможным источником информации, необходимой для исчисления налогов и сборов. Заключительным этапом выделения налогового учета в самостоятельный вид учета явилось принятие 6.08.2006 г. главы 25 НК РФ, в которой впервые законодательно закреплено понятие данного термина. Согласно ст. 313 налоговый учет – система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппи-

рованных в соответствии с порядком, предусмотренным НК РФ. В данном определении в качестве функций налогового учета не указаны сбор и регистрации информации. Отсутствие вышеуказанных функций определило основное отличие налогового учета от бухгалтерского. Главная цель налогового учета – определение налоговой базы по налогу.

Система налогового учета, согласно методическим рекомендациям по применению главы 25 НК РФ «Налог на прибыль организации», представляет собой порядок учета доходов, расходов, момента их признания. Система подразумевает особый механизм учета доходов и расходов для исчисления налоговой базы отчетного (налогового) периода, особый порядок формирования отложенных расходов (т.е. расходы формируют стоимость соответствующего объекта учета, который влияет на налоговую базу последующих отчетных (налоговых) периодов по специальным расчетам (алгоритмам), предусмотренным гл. 25 НК РФ).

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая: федеральный закон Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (в ред. от 27.07.2010 № 229-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 1998. № 31. Ст. 3824; Российская газета. 2010. 12 сентября. С. 45.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая: федеральный закон Российской Федерации от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (в ред. от 27.07.2010 № 229-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 32. Ст. 3340; Российская газета. 2010. 12 сентября. С. 318-346.

3. Брызгалин А.В., Берник В.Р. Налоговый учет. Анализ взаимодействия и противоречий налогообложения и бухгалтерского учета: учебник. М.: Аналитика-Пресс. 1997. 112с.

4. Палий В.Ф. О государственном суверенитете в области регулирования бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет. 2006. №1. С. 46-49.

А. ТРЕБУШНИЙ
н.р. А.А. АДАМЕНКО

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ РОЛЬ НА ЭТАПЕ ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

Рыночная цена постоянно находится в движении, меняются предпочтения покупателей, технологии производства, продаж и так далее. Под влиянием экономического кризиса эти процессы заметно ускоряются. Поэтому успешная компания должна иметь на вооружении четкий, перспективный план действий на некоторый период времени, который называется маркетинговой стратегией. Общее представление о ней можно сформулировать как о наборе некоторых целей, которые растянуты во времени и обусловлены выполнением целого ряда необходимых мероприятий. Особое значение стратегическая ориентация деятельности компаний приобретает в период выхода из кризисной ситуации. Необходимо учитывать, что разработка и внедрение стратегии – это крупномасштабная работа, требующая значительных материальных, трудовых и финансовых ресурсов, связанная с возможными рисками, основными из которых могут явиться такие как недостаточный уровень квалификации персонала, неготовность руководства компании к нововведениям, ограниченность информационного обеспечения, сопротивления персонала изменениям и другие. Маркетинговые стратегии можно разделить на несколько видов, по признаку целей, которых нужно добиться. Маркетинговая стратегия по своей структуре включает глубокий анализ рыночной ситуации и прогноз ее развития, оценку степени

свободы в установлении горизонтальных контактов, как с другими предприятиями, так и с конкурентами. Одним из ключевых моментов является определение своей собственной позиции на рынке и коммерческого риска, связанного с изменением этой позиции под влиянием конкуренции. Наиболее оптимальное соединение маркетинговых инструментов получается, благодаря эмпирическим воплощениям маркетинговой стратегии фирмы. Таким образом, маркетинговая стратегия включает:

- выбор рынков, на которые планирует выход фирма;
- сегментацию рынка и организацию системы продвижения рыночных продуктов для каждого сегмента;
- организацию рекламы на всех этапах процесса продажи товаров;
- прогноз действий конкурентов;
- учет экономических и организационных возможностей самой компании.

Маркетинговые стратегии могут проявляться в формах интенсивного, интеграционного, диверсификационного роста, так же сокращения или быть комбинированными. Стратегия интенсивного роста применяется, когда у компании имеются неиспользованные рыночные возможности. Стратегия интеграционного роста применяется, если компания имеет на рынке прочные позиции и может получить дополнительный эффект за счет интеграции и может получить дополнительный экономический эффект за счет интеграции со своими конкурентами. Также она может быть применена при поглощении своих поставщиков, сбытовых фирм или конкурентов. Стратегия диверсификационного роста эффективна, когда возможности компании внутри отрасли ограничены, а рыночные возможности в других отраслях более перспективны. Таким образом, выбор стратегии или модификации из нескольких стратегий осуществляется в зависимости от сложившихся условий хозяйствования в каждом из избранных сегментов. На практике возможно применение следующих стратегий: стратегия роста, стратегия ограниченного роста, стратегия сокращения, или комбинированная стратегия. В последнее время всё менее эффективными становятся стратегии по достижению краткосрочных целей, свойственные неустойчивой экономической среде с немалой степенью риска. Стратегии, которые ориентированы на достижения целей долгосрочного периода, укрепления позиционирования на рынке и завоевания новых рыночных сегментов, оказываются гораздо эффективнее и конкурентоспособнее. При этом выбор стратегии опирается на составляющих основах маркетинга, которые большей своей частью зависят от потребностей и других характеристик рынка. Они очень взаимосвязаны между собой, а также взаимозависимы. При подготовке к созданию маркетинговой стратегии необходимо заранее определять те события, которые могут произойти не так, как запланировано, и препятствовать движению к цели. При выборе стратегии имеется необходимость рассмотрения как действий этой стратегии на окружающую среду, так и воздействий на фирму со стороны внешней окружающей среды. Основными факторами здесь будут: технологические, экономические, политические, демографические, а также природная и правовая среда.

У российской компании в период кризиса появилась острая необходимость выработать стратегии своего дальнейшего развития. Эта необходимость вытекает не только из сложной экономической ситуации, но и из растущей конкуренции. Непростая макросреда Российской экономики с присущей ей экономической и политической нестабильностью определяется преобладанием оборонительных маркетинговых стратегий, хотя как показывает мониторинг маркетинговых стратегий, оборонительность не обязательно характеризуется как не активность. Такие стратегии обычно способны обеспечивать основу для грядущего роста, а именно для получения лидерства на рынке, если они определены в соответствии с определенными характеристиками этой среды. Важным аспектом при разработке маркетинговой стратегии развития является обеспечение ориентации на потребителей и внимание к изучению динамики рынка и конкуренции. Многие организации России используют стратегии, которые ориентированы в первую очередь на потребителей, а потом уже и на внешнюю среду, что позволяет фирмам более быстро и успешно приспосабливаться к дифференциации рыночной конъюнктуры. Быстрые изменения в сознании потребителя по его потребительским предпочтениям и уровню дохода заставляют производителей находить отборные стратегические подходы. Высокая конкурентоспособность присуща стратегиям концентрированного позиционирования по качеству и цене, поскольку они опираются на интересы разнообразных групп потребителей.

Успех стратегической деятельности любой компании во многом определяется уровнем рыночной ориентации. Особое место имеют маркетинговые коммуникации. Это объясняется тем, что фирмы благодаря им налаживают взаимосвязь и взаимопонимание с конечными потребителями, создают атмосферу открытости и взаимовыгодности сотрудничества, и тем самым организации создают впечатление постоянной заботы о нуждах потребителей. Таким образом, для достижения целей и задач, способствующих развитию российских компаний в посткризисный период, им уже сегодня необходимо формировать грамотный план будущего развития, четкую маркетинговую стратегию.

Е. ЧУДНОВА

н.р. Д.В. ПЕТРОВ

СТРАНЫ-ЛИДЕРЫ И ИХ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ В МИРЕ

На современном этапе лидерство США в мировой экономике обеспечивается главным образом над другими странами по масштабам и богатству рынка, степени развития рыночных структур, уровню научно-технического потенциала, мощной и разветвленной системе мирохозяйственных связей с другими странами по линии торговли, инвестиций и банковского капитала.

США - это передовая держава, обладающая большой производственной мощностью и огромным потенциалом развития. Это единственная страна мира, чья экономика вышла из второй мировой войны значительно окрепшей. В первые послевоенные десятилетия лидирующее положение США в мировом хозяйстве было бесспорно. Война избавила эту страну от серьезных конкурентов, но не

надолго. Экономический подъем Западной Европы и промышленный рывок Японии существенно изменили это положение.

Угроза лидирующей роли США в мировом хозяйстве вызвала необходимость решительных мер: в США заметно возросли расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, ускорились и углубились процессы перестройки промышленности в пользу наукоемких отраслей, возникли и получили развитие новые методы стимулирования научно-технического прогресса.

Основу экспортной экспансии американских монополий составляют машины и оборудование (в первую очередь наукоемкая продукция) и продукция сельского хозяйства.

Импортируя большое количество электронных компонентов и бытовой техники, США остаются лидером в мировом производстве и торговле промышленной электроникой. Важнейшее значение для положения США в мировом хозяйстве имеет то, что на их долю приходится сегодня около половины мирового экспорта зерна.

На данный момент Япония занимает 2 место в экономике, среди всех остальных стран. На неё приходится около 7% мирового ВВП. И это объясняется не столько многочисленностью населения (126 млн. человек), сколько высоким уровнем развития. Её экономический потенциал равен 61% американского, но по показателям производства на душу населения она превышает американский уровень.

Японцы уже давно зарекомендовали себя как наиболее требовательные потребители компактной, многофункциональной и бесшумной продукции. Японцы очень внимательны к внешнему виду, дизайну и упаковке товаров. Нельзя забывать и про энергосбережение, где Япония - безусловный лидер.

Германия стала одной из стран лидеров и занимает 3 место в экономике, благодаря своим следующим преимуществам: государственный дефицит страны намного меньше, чем в других промышленно развитых странах; инновационность немецкой экономики, что позволяет стране быстро откликаться на изменения мирового рынка; немецкая модель социального государства, развитая система социальной защиты, основы которой заложил ещё Бисмарк в конце XIX века, и которая даёт людям чувство безопасности даже в тяжёлые кризисные времена; ментальность немецкого народа.

Надо признать, что национальный характер немцев как бы создан для всякого рода чрезвычайных, кризисных ситуаций: знаменитое немецкое самообладание и основательность; трудолюбие, немецкие рабочие работают методично, усидчиво и квалифицированно, без затяжных перекуров и волынки. Там каждый работник отвечает за качество своей работы собственной зарплатой и местом работы; пунктуальность, обязательность, исполнительность.

Необходимо также отметить, что немецкое качество давно стало визитной карточкой Германии. Немецкие брэнды занимают второе место в списке самых дорогих торговых марок в мире.

В заключение можно сделать вывод, что эти страны стали лидерами в результате своей модернизации в США, развития новейших технологий в Японии и пунктуальности и работоспособности в Германии. Россия не входит в эту тройку стран лидеров, так как экономика находится не на высоком уровне, потому что в стране произошёл развал старой экономики, а новую не смогли восстановить, так как взяточничество и коррупция не дают подъёму новой экономики.

А. ШЕВЦОВ

н.р. О.В. БЕЛИЦКАЯ

ПРОБЛЕМА ТУРИСТСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Достижение устойчивого развития региональных хозяйственных комплексов является основой формирования целостной конкурентоспособной национальной экономики. Это касается всех отраслей народного хозяйства, в том числе и туризма с его сложной социально-экономической системой, охватывающей самые разнородные компоненты, включая человеческие ресурсы, природно-рекреационные объекты, организацию различных видов деятельности и многое другое.

Говоря об устойчивом туризме как направлении будущего развития туристской отрасли, необходимо отметить, что сейчас наблюдается некий переходный этап. Когда ещё рано говорить о повсеместном внедрении его элементов, но при этом все нововведения и планируемые мероприятия соотносятся с новыми критериями. Устойчивый туризм подразумевает не только бережное отношение к окружающей среде, охрану памятников архитектуры и искусства, учет национальных особенностей и заботу о местном населении. Важна оценка туризма как отрасли хозяйства, необходимо выявить степень его устойчивости, как этап на пути перехода к устойчивому туризму, способному положить начало устойчивому развитию всей территории.

Поэтому если рассматривать экономические эффекты влияния туризма, то можно отметить и некоторые особенности, которые не укладываются в это направление. Чрезмерный «перекос» экономики страны в сторону туризма не соответствует принципам устойчивого развития, который подразумевает сбалансированное становление всех отраслей.

Положительное влияние туризма на экономику региона происходит лишь в том случае, когда туризм развивается всесторонне, не превращая экономику региона только лишь в экономику услуг. Другими словами, экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм должен развиваться параллельно с другими отраслями народнохозяйственного комплекса (1).

Для того чтобы характеризовать степень устойчивости развития рекреационной сферы Краснодарского края, необходимо рассмотреть ряд статистических показателей, ранжированных по категориям состояния: критическое, нестабильное, устойчивое (табл. 1) (1).

Таблица 1 – Показатели, характеризующие туристскую устойчивость региона

Показатель (П)	Значение		
	критическое	нестабильное	устойчивое
Прибытия на 1 км ²	1>П>1000	100 < П < 1000 1 < П < 10	10 < П < 100
Прибытия на 1 жителя	0,01>П>10	1 < П < 10 0,01 < П < 0,1	0,1 < П < 1
Доходы от туризма на 1 жителя	1>П>10000	1000 < П < 10000 1 < П < 100	100 < П < 1000
Доля поступлений в ВРП, %	1>П>40	10 < П < 4 1 < П < 2	2 < П < 10
Мест в гостиницах на 1000 жителей	1>П>100	25 < П < 100 1 < П < 5	5 < П < 25
Прибытия на 1 место в гостинице	10>П>100	50 < П < 100 10 < П < 25	25 < П < 50
Мест в гостинице на 1 км ²	0,01>П > 10	1 < П < 10 0,01 < П < 1	0,1 < П < 1
Поступлений на 1 прибытие, долл.	100>П>1500	1000 < П < 1500 100 < П < 500	500 < П < 1000

Критическое состояние характеризует как очень высокие показатели, которые говорят о больших нагрузках и дополнительных сложностях, так и низкие, иллюстрирующие степень отставания. Нестабильное положение показателей означает достаточно приемлемый уровень, но по ряду причин ещё не достигший устойчивости или уже превысивший ее; устойчивое состояние отражает сбалансированность основных экономических и туристских показателей. Подразумевается, что при определенных условиях возможен переход из нестабильного в критическое или, наоборот, устойчивое состояние (2).

В таблице 2 приведены результаты расчета соответствующих показателей для курортно-туристской сферы Краснодарского края.

Таблица 2 – Показатели, характеризующие устойчивость курортно-туристской сферы Краснодарского края за 2004-2009 гг.

Показатель	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Оценка состояния
Прибытия на 1 км ²	87,45	100,86	106,39	115,30	116,22	105,92	Нестабильное
Прибытий на 1 жителя	1,30	1,50	1,59	1,71	1,72	1,56	Нестабильное
Доходы от туризма на 1 жителя, долл.	151,69	243,89	328,90	469,11	718,22	780,24	Устойчивое
Доля поступлений в ВРП*, %	7,4	10,0	10,4	11,0	13,7	15,4	Устойчивое
Мест в гостинице на 1000 жителей	20,1	26,9	30,7	32,0	35,2	34,1	Нестабильное
Прибытий на 1 место в гостинице	29,70	30,97	28,08	27,78	26,19	21,96	Устойчивое
Мест в гостинице на 1 км ²	0,26	0,35	0,40	0,42	0,46	0,45	Устойчивое
Поступлений на 1 прибытие, долл.	113,13	126,19	156,69	206,14	307,07	358,58	Нестабильное

*С учетом мультипликативного эффекта

Из приведенных в таблице показателей можно видеть, что развитие туристско-рекреационной сферы Краснодарского края можно характеризовать как устойчивое с незначительными отклонениями. Так, начиная с 2005 г., показатель туристских прибытий на 1 км² выходит за рамки установленного значения, но его отклонение от нормы недостаточно для того, чтобы рассматривать ситуацию как критическую. Аналогична ситуация с показателем туристских прибытий в расчете на 1 местного жителя: несмотря на то, что показатель имеет тенденцию к росту, что выводит его за границы нормального значения, отклонения далеки от критического порога. Совершенно устойчивы показатели доходов от туризма на 1 жителя и доли поступлений от отрасли в ВРП, поскольку последний показатель приведен с учетом эффекта мультипликации.

Без учета мультипликативного эффекта вклад курортно-туристского комплекса в валовую добавленную стоимость за 2009 г. составил порядка 6%. Высокий уровень данного показателя говорит не только о положительных тенденциях развития, но и о значительной зависимости региона от колебаний рыночной конъюнктуры, поэтому оптимальное его значение колеблется от 2 до 10%. Начиная с 2005 г., несколько превышен показатель количества гостиничных мест на 1000 жителей, что вызвано увеличением туристских прибытий. Показатели прибытий на 1 гостиничное место и количество мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения на 1 км² территории края находятся в пределах нормального значения и демонстрируют готовность края к приему рекреантов.

Требует внимания показатель финансовых поступлений на 1 прибытие, находящийся значительно ниже порогового значения нормы, что вызвано диспропорцией в структуре туристского размещения и все возрастающим давлением на частный сектор, не регистрирующий свою деятельность в налоговых органах края. Решение этой проблемы лежит в изменении расценок на услуги коллективных средств размещения для достижения ценовой конкурентоспособности в сравнении с индивидуальными средствами размещения, а также в создании льготных условий для малого бизнеса, которые позволят перевести средства размещения неорганизованных отдыхающих в разряд индивидуального предпринимательства.

Литература:

1. Петрасов И.В. Экономико-географические предпосылки развития туризма в странах мира. М.: Прогресс, 2002. [Электронный ресурс]: URL: http://tourlib.net/books_tourism/petrasov1-1.htm (дата обращения: 18.11.2010)

2. Петрасов И.В. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму. М.: Прогресс, 2001. [Электронный ресурс]: URL: <http://geopub.narod.ru/student/petrasov/1/main.htm> (дата обращения: 20.11.2010)

А. ШЕВЦОВ

н. р. Е.В. ФОМЕНКО

АДАПТАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В условиях становления рыночной экономики в нашей стране особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм

управления персоналом, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность любого производства.

В системе мер реализации экономической реформы особое значение придается повышению уровня работы с кадрами, постановке этой работы на прочный научный фундамент, использованию накопленного в течение многих лет отечественного и зарубежного опыта (4.С.20).

Жизнь отдельного коллектива всегда зависит от так называемой макросреды – т.е. тех общественных и экономических отношений, которые существуют в обществе. При этом коллектив испытывает влияние и от микросреды – той конкретной организации, в которую он входит. Поэтому, любой специалист, приходя в коллектив, чувствует влияние, как с его стороны, так и косвенно со стороны вообще общества (4.С.22).

Адаптация персонала на рабочем месте является необходимым звеном кадрового менеджмента. К сожалению, важность мероприятий по профориентации и адаптации работников в нашей стране недостаточно серьезно воспринимается кадровыми службами на протяжении долгого периода. До сих пор многие государственные предприятия и коммерческие организации не имеют даже базовых программ адаптации (3.С.39). В то же время, имеется большой зарубежный опыт использования адаптационных техник, который только в последнее время стали перенимать отечественные кадровики.

При всей широте методов успешной адаптации работников, руководитель компании должен сам выбирать, каким образом стимулировать каждого работника для выполнения главной задачи – выживания фирмы в жесткой конкурентной борьбе.

Адаптационный менеджмент входит в общий комплекс мер по управлению персоналом. Это целенаправленная деятельность руководящего состава организации, а также руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, которая включает разработку концепции и стратегии кадровой политики и методов управления персоналом. Данная деятельность заключается в формировании системы управления персоналом, планировании кадровой работы, проведении маркетинга персонала, определении кадрового потенциала и потребности организации в персонале. Поскольку все цели организации достигаются через людей, именно управление персоналом должно быть на первом месте среди прочих компонент менеджмента предприятия. Персонал-технологии управления персоналом организации охватывают широкий спектр функций от приема до увольнения кадров, вопросы трудовых отношений; психофизиологию, эргономику и эстетику труда. Если в условиях командно-административной системы эти задачи рассматривались как второстепенные, то при переходе к рынку они выдвинулись на первый план и в их решении заинтересована каждая организация (1.С.48).

Персонал-технологии по управлению персоналом предполагают организацию найма, отбора, приема персонала, его деловую оценку, профориентацию и адаптацию, обучение, управление его деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением, мотивацию и организацию труда, управле-

ние конфликтами и стрессами, обеспечение социального развития организации, высвобождение персонала и др. Сюда же следует отнести вопросы взаимодействия руководителей организации с профсоюзами и службами занятости, управления безопасностью персонала.

Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией(4.С.24).

Кадровое планирование переводит стратегию и цели организации в плоскость конкретных шагов, которые должны быть предприняты в сфере управления персоналом для успешного достижения стоящих перед организацией целей.

Комплектование штата (обеспечение необходимой численности персонала) и адаптация новых работников включает в себя привлечение и отбор кадров, обладающих такими знаниями, способностями, навыками и опытом, которые необходимы для должного выполнения работы, а также обеспечение эффективного вхождения новых работников в организацию и в новый коллектив (4.С.20).

Обучение и развитие работников призваны обеспечивать высокий уровень эффективности работников при решении задач в рамках своей должности и своевременное повышение качественных характеристик персонала перед лицом новых задач и направлений деятельности организации.

Оценка и контроль – установление стандартов, контрольных показателей выполнения основных видов работ и отслеживание того, в какой степени трудовые показатели работников соответствуют установленным показателям; контроль трудовой и исполнительской дисциплины работников; мониторинг процесса выполнения работы, успешности реализации разработанных планов, точности и своевременности выполнения работниками своих рабочих функций (1.С.45).

Активизация потенциала человеческих ресурсов – создание в организации таких рабочих условий, такой организационной культуры, такой системы материального и морального стимулирования труда, такой практики информирования работников, которые воодушевляют людей на работу с высокой самоотдачей, способствуют поддержанию высокой морали, лояльности и приверженности работников своей организации и ее целям.

Одной из основных составляющих системы управления персоналом является мотивация персонала. В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определенных действий. Эти силы находятся вне и внутри человека и заставляют его осознанно или же не осознанно совершать некоторые поступки. При этом связь между отдельными силами и действиями человека опосредована очень сложной системой взаимодействий, в результате чего различные люди могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одинаковых сил(3.С.39).

Еще одной составляющей системы управления персоналом является поиск и отбор персонала. Работа любой организации неизбежно связана с необходимостью комплектования штата. При этом одной из центральных задач явля-

ется отбор кадров. Отбор новых работников не только призван обеспечить режим нормального функционирования, но и закладывает фундамент будущего успеха организации.

Важной составляющей системы управления персоналом является кадровое планирование. Сущность кадрового планирования заключается в предоставлении людям рабочих мест в нужный момент времени и необходимом количестве в соответствии с их способностями, склонностями и требованиями производства. Рабочие места с точки зрения производительности и мотивации должны позволить работающим оптимальным образом развивать свои способности, повышать эффективность труда, отвечать требованиям создания достойных условий труда и обеспечения занятости. Этот метод управления персоналом способен согласовывать и уравнивать интересы работодателей и работников (4.С.25).

Кадровое планирование осуществляется как в интересах организации, так и в интересах ее персонала. Для организации важно располагать в нужное время, в нужном месте, в нужном количестве и с соответствующей квалификацией таким персоналом, который необходим для решения производственных задач, достижения ее целей. Кадровое планирование должно создавать условия для мотивации более высокой производительности труда и удовлетворенности работой. Людей привлекают в первую очередь те рабочие места, где созданы условия для развития их способностей и гарантирован высокий и постоянный заработок. Одной из задач кадрового планирования является учет интересов всех работников организации.

Поиск и отбор кадров традиционно рассматривается как функция кадровых служб. Однако, эффективный процесс отбора персонала всегда требует участия в нем руководителей тех подразделений, в которые отбираются новые работники. Это предполагает знание руководителями основных принципов и процедур, используемых при отборе кадров, и обладание необходимыми для этого навыками. Особенно это актуально для небольших организаций, где набор кадров осуществляется в основном первым руководителем или руководителями подразделений. От того, насколько эффективно поставлена работа по отбору персонала, в значительной степени зависит качество человеческих ресурсов, их вклад в достижение целей организации и качество производимой продукции или предоставляемых услуг (2.С.27).

В системе мер реализации экономической реформы особое значение придается повышению уровня работы с кадрами и постановке этой работы на прочный научный фундамент. Для этого необходимо использовать часть накопленного в течение многих лет отечественного и зарубежного опыта. Но если вышерассмотренные мероприятия прочно входят в обиход современных компаний, то адаптации персонала по-прежнему уделяется недостаточное внимание. Важно осознавать, что профессиональная ориентация и адаптация выступают важным составным элементом системы подготовки кадров и являются регулятором связи между системой образования и производством. Они призваны способствовать покрытию потребности организации в рабочей силе в необхо-

димом качественном и количественном отношении для повышения их прибыльности и конкурентоспособности (4.С.22).

Профессиональная ориентация представляет собой систему мер по профинформации, профконсультации, профотбору и профадаптации, которая помогает человеку выбирать профессию, наиболее соответствующую потребностям общества и его личным способностям и особенностям. Неполное использование возможностей работника в трудовой деятельности не только наносит ущерб его собственному развитию, но и оборачивается потерей для организации. Разрыв между профессиональной подготовкой и содержанием трудовых функций, выполняемых работником, снижает его интерес к труду, работоспособность, что, в конечном счете, ведет к падению производительности, ухудшению качества продукции, к росту профессиональной заболеваемости и травматизма.

Система профориентации направлена на решение ряда задач:

- информирование заинтересованных лиц для облегчения выбора вида профессиональной деятельности;
- создание условий для развития профессионально значимых способностей будущих работников;
- определение соответствия психофизиологических и социально-психологических качеств обратившихся за консультацией профессиональным требованиям избранного ими вида трудовой деятельности.

Основными формами профориентационной работы являются профессиональное просвещение, воспитание осознанной потребности в труде, профессиональная информация, профессиональная консультация, профессиональный отбор (1.С.46).

Профессиональное просвещение – начальная профессиональная подготовка школьников, осуществляемая через уроки труда, организацию кружков, специальных уроков по основам различной профессиональной деятельности и т.д.

Профессиональная информация – система мер по ознакомлению учащихся и ищущих работу с ситуацией в области спроса и предложения на рынке труда, перспективами развития видов деятельности, с характером работы по основным профессиям и специальностям, условиями и оплатой труда, профессиональными учебными заведениями и центрами подготовки персонала, а также с другими вопросами получения профессии и обеспечения занятости.

Профессиональная консультация – это оказание помощи заинтересованным людям в выборе профессии и места работы путем изучения личности, обратившегося за консультацией человека с целью выявления состояния его здоровья, направленности и структуры способностей, интересов и других факторов влияющих на выбор профессии или направление переобучения.

Профессиональный отбор – участие в найме и отборе персонала с учетом требований конкретных профессий и рабочих мест с целью лучшей профориентации работников.

Основу концепции современных персонал-технологий организации в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его

мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией (4.С.20).

Для создания в организации эффективной системы управления персоналом требуется тщательно проанализировать наличную ситуацию. Основная цель этого анализа - понять, в каком состоянии находится организация, и, далее, какие методы необходимо применить, чтобы механизм работал эффективно.

Успех адаптационной работы в значительной степени зависит от участия в ней всех работников предприятия. В этом плане представляется целесообразным разработать и реализовать программу адаптации новых сотрудников. Индивидуальная программа адаптации определяется непосредственным руководителем, может согласовываться с менеджером по персоналу. Она включает в себя более детальное ознакомление с деятельностью предприятия и оказываемыми услугами, более детальное ознакомление с должностью и спецификой предстоящей работы, приобретение конкретных навыков, специфичных для данной должности (1.С.48).

Развитие наставничества, т.е. прикрепление к молодому специалисту опытного сотрудника, положительно себя зарекомендовавшего. Раньше на отечественных предприятиях был накоплен большой положительный опыт по организации и проведению стажировок выпускников вузов, наставничеству. Необходимо также специальная подготовка наставников. Сделать эту обязанность привлекательной для опытных работников могут надбавки за обучение учеников.

Внедрение этих программ является необходимым звеном адаптационного процесса. Внедрение этих программ позволит существенно повысить качество адаптации новых сотрудников, что в дальнейшем приведет к росту производительности труда и прибыльности организации, а также позволит выживать и успешно функционировать в условиях жесткой конкурентной борьбы.

Литература:

1. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала: пособие по кадровой работе. М.: Юристъ, 2008. С.45-48.
2. Дятлов В.А., Кибанов А.Я., Пихало В.Т. Управление персоналом: учеб.пособие. / под ред. А. Я. Кибанова. М.: ПРИОР, 2008. С. 27.
3. Егоршин А.П. Управление персоналом: учебник для вузов. 3-е изд. Н. Новгород: НИМБ, 2007. С. 39.
4. Кибанов А.Я., Захаров Д.К. Организация управления персоналом на предприятии. М.: ГАУ, 2004. С. 20-29.

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ.
ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА КСЭИ**

Выпуск 69

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИИ В НАЧАЛЕ XXI ВЕКА

Подписано в печать 25.04.2012.

Формат бумаги 60x84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 5,3.

Тираж 100 экз. Заказ

Издательство Кубанского социально-экономического института
Отпечатано с оригинал-макета заказчика в типографии
Кубанского социально-экономического института

Кубанский социально-экономический институт
350018 г. Краснодар, Камвольная, 3.

