МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КУБАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Научный центр пропаганды и внедрения инноваций

МАТЕРИАЛЫ

I Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики и менеджмента: теория и практика»

(г. Краснодар, 14 мая 2015 г.)

Краснодар, 2015

УДК 338.2(063)
ББК 65.05
А 43

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Б.М. Жуков,
д.э.н., профессор ЧОУ ВО«Южный институт менеджмента»
Р.И. Смагулова,
к.э.н., доцент Евразийского инновационного университета, Казахстан
Х.Ш. Хуако,
к.э.н., профессор НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О.В. Белицкая,
к.э.н., доцент НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
И.Н. Шамрай,
к.э.н., доцент НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

Актуальные вопросы экономики и менеджмента: теория и практика: материалы I Международной научно-практической конференции (г. Краснодар, 14 мая 2015 г.) / отв. ред. О.В. Белицкая. Краснодар, КСЭИ. 2015. – 162 с.

ISBN 978-5-91276-110-2

В сборнике представлены статьи участников I Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики и менеджмента: теория и практика» (г. Краснодар, 14 мая 2015 г.)

© Издательство
Кубанского социально-экономического института, 2015 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Алещенко О., Борисенко О., Лукин В.К. Модели конфликтов на предприятии 5
Антошкина В., Катаева В., Фоменко Е.В.Роль логистики в современных методах управления 10
Борисенко О., Лукин В.К. Методы управления конфликтами 14
Будагян Л., Шамрай И.Н. Управление комплаенс-рисками 19
Доманцевич О., Копейкина Е., Григорьева Е.А. Грейдинг как эффективная форма оплаты труда 22
Доманцевич О., Копейкина Е.,Фоменко Е.В.Перспективные направления логистического аутсорсинга 25
Еременко З., Цыбина В., Фоменко Е.В.Современные тенденции развития логистических систем 29
Лишута Е.А., Стукова Ю.Е. Генри Форд и его вклад в развитие современного менеджмента 35
Муратова Е.Н., Стукова Ю.Е. Эффективное лидерство и управление командой 38
Остапенко В., Катаева В., Григорьева Е.А. Особенности российского менеджмента 41
Остапенко В., Катаева В., Григорьева Е.А.Значение реструктуризации в деятельности предприятия 44
Петривская А.В., Стукова Ю.Е. Особенности мотивации работников интеллектуального труда 46

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ И РЕТРОСПЕКТИВА

Геворкян Л., Белицкая О.В.К вопросу о становлении теории трансакционных издержек 49
Остапенко В., Фоменко Е.В. Синтез логистических систем в современных условиях 53

РЕГИОНАЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО: ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Алиханова Д.Р., Алиханова П.Р., Фоменко Е.В. Перспективы развития экологического туризма в Краснодарском крае 57
Барциц В., Зиборев Н., Цыбина В., Белицкая О.В.Социальная функция малого бизнеса рекреационной сферы Краснодарского края 62

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА И МОДЕЛИРОВАНИЕ

Андрюкова Н.А., Адаменко А.А. Актуальные вопросы реформирования пенсионного законодательства Российской Федерации 65
Борисенко О., Якимова О., Шамрай И.Н. Стабильность национальной валюты: проблемы и перспективы 69
Гучетль Р., Павлюшкевич Т.В.Фискальная политика государства в условиях экономической рецессии 77
Яконов Д., Шамрай И.Н. Перепись как важнейший инструмент социально-демографического обследования 80

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Будагян Л., Доманцевич К., Григорьева Е.А. Имидж организации как фактор повышения её конкурентоспособности 85
Новинская В., Белицкая О.В. Концепция социально-этического маркетинга и тенденции ее становления 90

Щербина К., Катаева В., Григорьева Е.А. Маркетинг в современной рыночной экономике 94
Щербина К., Катаева В., Григорьева Е.А. Партнерский бенчмаркетинг как метод повышения конкурентоспособности предприятия 97

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО, УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА И АУДИТА

Новинская В., Адаменко А.А. Развитие аутсорсинга бухгалтерских услуг в России 102
Зубрицкая А.С., Ищенко О.В. Принцип приоритета содержания над формой 105
Корольков С.В., Ищенко О.В. Формирование и раскрытие информации о финансовых результатах в соответствии с МСФО и ПБУ 107
Минаков А.А., Ищенко О.В. Проблемы перехода российских предприятий на МСФО 110
Симоненко Л.И., Адаменко А.А. Проблемы перехода российского учета и отчетности на международные стандарты финансовой отчетности 113
Хокон А., Якимова О., Ищенко О.В. Различия и точки соприкосновения в стандарте «Основные средства» МСФО (IAS) 16 и ПБУ 6/01 116

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ НАЛОГОВОГО И ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

\

Лежепекова А.В., Адаменко А.А. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия 119
Войтова М.А., Адаменко А.А. Особенности страхования лизинговой деятельности 122
Зиенко К., Павлюшкевич Т.В. Этапы налоговых реформ в Российской Федерации 125
Камышан М.В., Адаменко А.А. «Налоговые каникулы» для индивидуальных предпринимателей при использовании упрощенной или патентной системы налогообложения 131
Кнышова А., Павлюшкевич Т.В. Модели прогнозирования банкротства 134
Лобазова В.В., Адаменко А.А. Повышение значимости налога на имущество в формировании региональных бюджетов в Российской Федерации и ряда других зарубежных стран 139
Смагулова Р.И. Организационные подходы к совершенствованию процесса управления риском финансовых потерь на промышленных предприятиях 143

УПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИЕЙ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Алиханова Д.Р., Алиханов А.Р.Развитие водного туризма в России: исторический аспект и современная практика 148
Василицкая В.А., Белицкая О.В. Особенности управления персоналом в гостиничном бизнесе: зарубежный опыт 152
Рупышева В., Григорьева Е.А.Управление индустрией туризма и гостиничного хозяйства 159

ЭВОЛЮЦИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЫСЛИ

О.А. АЛЕЩЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О. БОРИСЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В.К. ЛУКИН
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента НЧОУ ВПО
«Кубанский социально-экономический институт»

МОДЕЛИ КОНФЛИКТОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В статье рассмотрены модели конфликтов на предприятии. Производственная жизнь коллектива невозможна без столкновения идей, жизненных позиций, целей как отдельных его членов между собой, так и группы членов коллектива с руководителем. С одной стороны, конфликт – это сигнал того, что произошло что-то неладное в отношениях между людьми, какие-то разногласия, с другой – конфликт, разногласия позволяют выявить больное, слабое звено в цепи производственных или личностных отношений коллектива организации.

Ключевые слова: модели конфликтов, коллектив организации, конструктивный и деструктивный конфликт.

Annotation. The article deals with the model of conflict in the enterprise. Production team life is impossible without the clash of ideas, attitudes, goals, as some of its members with each other and the group of team members with the head. On the one hand, the conflict – is a signal that there was something wrong in the relationship between people, some differences, on the other – conflict, controversy can detect the sick, the weak link in the chain of production or personal relationships collective of organization.

Keywords: models of conflict, collective of organization, constructive and destructive conflict.

Производственная жизнь коллектива невозможна без столкновения идей, жизненных позиций, целей как отдельных его членов между собой, так и группы членов коллектива с руководителем. С одной стороны, конфликт – это сигнал того, что произошло что-то неладное в отношениях между людьми, какие-то разногласия, с другой – конфликт, разногласия позволяют выявить больное, слабое звено в цепи производственных или личностных отношений коллектива организации. Большинство работников имеют личные или связанные с работой проблемы, часто перерастающие в конфликты, которые могут повлиять на выполнение ими работы. На малом предприятии руководитель имеет более тесные рабочие отношения с персоналом, что дает возможность выявить трудности и проблемы на ранней стадии. Работник должен чувствовать, что может обратиться к руководителю за помощью и советом. Руководителю следует создать неофициальную, дружескую обстановку для разрешения проблем своего работника, высказать свое мнение о сложившейся ситуации и убедить работника принять решение самостоятельно, если это его личные проблемы.

Важным аспектом во взаимодействии с персоналом выступает умение управлять конфликтами на предприятии. Они возникают в процессе взаимодействия, общения людей между собой.

Конфликт – это столкновение противоположно направленных целей, интересов, позиций, мнений и взглядов двух или нескольких людей, а также это вид противоречия, который может привести или к развитию деятельности организации, или к ее угасанию.

Современная точка зрения на конфликты состоит в том, что многие из них не

только допустимы, но и желательны, поскольку дают информацию о проблемах предприятия и разнообразных точках зрения на те или иные события.

Позитивными последствиями конфликта считаются: решение проблемы способом, приемлемым для всех сторон; укрепление взаимопонимания, сплоченности, сотрудничества. Конфликты способствуют повышению активности и мотивации в работе, росту квалификации, стимулируют споры и любознательность, появление новых идей в развитии предприятия, рост способности к изменениям. Совершенно без конфликтов, проблем, переживаний человек может остановиться в своем развитии. Все это способствует процессу управления, а потому конфликты в зависимости от ситуации следует не подавлять, а регулировать.

В то же время конфликты могут иметь дисфункциональные (негативные) последствия: неудовлетворенность, ухудшение морально-психологического климата, сворачивание сотрудничества, рост текучести кадров, снижение производительности, нарастание враждебности.

Любой руководитель предприятия заинтересован в том, чтобы конфликт был как можно быстрее преодолен (исчерпан, пресечен или прекращен), так как его последствия могут принести немалый моральный или материальный ущерб. У всех конфликтов есть несколько причин. Основными причинами конфликта являются ограниченность ресурсов, которые нужно делить, взаимозависимость заданий, различия в целях, различия в представлениях и ценностях, различия в манере поведения, в уровне образования, а также плохие коммуникации. Рассмотрим их более подробно.

Распределение ресурсов. Даже в самых крупных организациях ресурсы всегда ограничены. Руководство должно решить, как распределить материалы, людские ресурсы и финансы между различными группами, чтобы наиболее эффективным образом достигнуть целей организации. Выделить большую долю ресурсов какому-то одному руководителю, подчиненному или группе означает, что другие получат меньшую долю от общего количества. Таким образом, необходимости делить ресурсы почти неизбежно ведет к различным видам конфликта [2, 65].

Взаимозависимость задач. Возможность конфликта существует везде, где один человек или группа зависят в выполнении задачи от другого человека или группы. Это может привести конфликту между группой и тем инженером, который, по их мнению, плохо работает. Поскольку все организации являются системами, состоящих из взаимозависящих элементов, при неадекватной работе одного подразделения или человека взаимозависимость задач может стать причиной конфликта.

Определенные типы организационных структур также увеличивают возможность конфликта, такая возможность возрастает при матричной структуре организации, где умышленно нарушается принцип единоначалия. Возможность конфликта также велика в функциональных структурах, поскольку каждая крупная функция уделяет внимание в основном своей собственной области специализации. В организациях, где основой организационной схемы являются отделы, руководители взаимозависимых подразделений подчиняются одному общему начальству более высокого уровня, тем самым уменьшая возможность конфликта [3, 47].

Различия в целях. Возможность конфликта увеличивается по мере того, как организации становятся более специализированными и разбиваются на подразделения. Это происходит потому, что специализированные подразделения сами формулируют свои цели и могут уделять большее внимание их достижению, чем целей всей организации. Например, отдел сбыта может настаивать на производстве как можно более разнообразной продукции и ее разновидностей, потому что это повышает их конкурентоспособность и увеличивает объемы сбыта. Аналогичным образом, отдел снабжения может захотеть закупить большие объемы сырья и материалов, чтобы снизить среднюю себестоимость единицы продукции. С другой стороны, финансовый отдел может захо-

теть воспользоваться деньгами, взятыми под товарно-материальные запасы и инвестировать их, чтобы увеличить общий доход на инвестированный капитал.

Различия в представлениях и ценностях. Представление о какой-то ситуации зависит от желания достигнуть определенной цели. Вместо того, чтобы объективно оценивать ситуацию, люди могут рассматривать только те взгляды, альтернативы и аспекты ситуации, которые, по их мнению, благоприятны для их группы и личных потребностей. Эта тенденция была выявлена в исследовании, где руководители отдела сбыта, кадровые службы и службы связи с клиентами попросили решить одну проблему. И каждый считал, что с проблемой может справиться только его функциональное подразделение.

Различия в ценностях. Весьма распространенная причина конфликта. Например, подчиненный может считать, что всегда имеет право на выражение своего мнения, в то время как руководитель может полагать, что подчиненный имеет право выражать свое мнение только тогда, когда его спрашивают и беспрекословно делать то, что ему говорят. Высокообразованный персонал отдела исследований и разработок ценит свободу и независимость. Если же их начальник считает необходимым пристально следить за работой своих подчиненных, различия в ценностях, вероятно, вызовут конфликт.

Различия в манере поведения и жизненном опыте. Эти различия также могут увеличить возможность возникновения конфликта. Встречаются люди, которые постоянно проявляют агрессивность и враждебность и которые готовые оспаривать каждое слово.

Другие исследования показали, что различия в жизненном опыте, ценностях, образовании, стаже, возрасте и социальных характеристиках уменьшают степень взаимопонимания и сотрудничества между представителями различных подразделений.

Неудовлетворительные коммуникации. Плохая передача информации является как причиной, так и следствием конфликта. Она может действовать как катализатор конфликта, мешая отдельным работникам или группе понять ситуацию или точки зрения других.

Другие распространенные проблемы передачи информации, вызывающие конфликт, - неоднозначные критерии качества, неспособность точно определить должностные обязанности и функции всех сотрудников и подразделений, а также предъявление взаимоисключающих требований к работе.

Эти проблемы могут возникнуть или усугубляться из-за неспособности руководителя разработать до сведения подчиненных точное описание должностных обязанностей. Рисунок 1 демонстрирует модель конфликта как процесса.

Рисунок 1 – Модель конфликта как процесса

Из рисунка видно, что существование одного или более источников конфликта увеличивает возможность возникновения конфликтной ситуации в процессе управления. Однако, даже и при большей возможности возникновения конфликта, стороны могут не захотеть реагировать так, чтобы и дальше усугублять ситуацию. Одна группа исследователей обнаружила, что люди не всегда реагируют на конфликтные ситуации, которые влекут за собой малые потери или которые они считают малоопасными. Другим словами, иногда люди понимают, что потенциальные выгоды участия в конфликте не стоят затрат. Их отношение к этой ситуации выражается следующим: «На этот раз я разрешу ему поступить по-своему».

Однако, во многих ситуациях человек будет реагировать так, чтобы не дать другому добиться желаемой цели. Настоящий конфликт часто проявляется при попытке убедить другую сторону или нейтрального посредника, что «вот почему он не прав, а моя точка зрения правильная». Человек может попытаться убедить других принять его точку зрения или заблокировать чужую с помощью первичных средств влияния, таких как принуждение, вознаграждение, традиция, экспертные оценки, харизма, убеждения или участие.

Следующая стадия конфликта как процесса – это управление им. В зависимости от того, насколько эффективным будет управление конфликтом, его последствия станут функциональными или дисфункциональными, что, в свою очередь, повлияет на возможность будущих конфликтов: устранит причины конфликтов или создаст их.

Функциональные последствия конфликта. Имеется семь функциональных последствии конфликта. Одно из низ заключается в том, что проблема может быть решена таким путем, который приемлем для всех сторон, и в результате люди больше будут чувствовать свою причастность к решению проблемы. Это в свою очередь, сводит к

минимуму или совсем устраняет трудности в осуществлении решений – враждебность, несправедливость и вынужденность поступать против воли. Другое функциональное последствие состоит в том, что стороны будут больше расположены к сотрудничеству, а не к антагонизму в будущих ситуациях, возможно, чреватых конфликтом. Через конфликт члены группы могут проработать возможные проблемы в исполнении еще до того, как решение начнет выполняться [5, 76].

Дисфункциональные последствия конфликта. Если не найти эффективного способа управления конфликтом, могут образоваться следующие дисфункциональные последствия, т.е. условия, которые мешают достижению целей.

1. Неудовлетворенность, плохое состояние духа, рост текучести кадров и снижение производительности.

2. Меньшая степень сотрудничества в будущем.

3. Сильная преданность своей группе и больше непродуктивной конкуренции с другими группами организации.

4. Представление о другой стороне, как о «враге»; представление о своих целях как о положительных, а о целях другой стороны как об отрицательных.

5. Сворачивание взаимодействия и общения между конфликтующими сторонами.

6. Увеличение враждебности между конфликтующими сторонами по мере уменьшения взаимодействия и общения.

7. Смещение акцента: придание большого значения «победе» в конфликте, чем решению реальной проблемы.

Таким образом, разрешение конфликта за счет ущерба для одной из сторон может быть оправданно только в исключительных случаях. Но это обычно не приносит хороших результатов.

Разрешение конфликтных ситуаций возлагается, как правило, на руководителя коллектива, организации. Управление конфликтом – это процесс целенаправленного воздействия на коллектив в целях устранения причин, его породивших, и установления взаимоотношений участников конфликта в соответствии со сложившимися нормами.

Стратегия руководителя при разрешении конфликтов заключается в соответствующем управлении этим процессом, придании неизбежным конфликтным ситуациям конструктивного характера. Такого рода конфликты должны разрешаться с минимальными потерями для организации.

Список литературы и источников:

1.Бизюкова И.В. Кадры управления: подбор и оценка. – М.: изл-во «Экономика»,2008. –150 с.
2. Брэдлик У. Менеджмент в организации. – М.:ИНФРА-М, 2009. – 344 с.
3. Герчикова И.Н. Менеджмент. М.: Правор, 2010. – 118 с.
4. Григорьева Е.А.Управленческий учет как одна из технологий корпоративного производственного менеджмента//Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013. № 4. С. 231-241.
5. Григорьева Е.А., Оганесян Л.Л., Фоменко Е.В.Оценка необходимости реализации проекта реструктуризации в работе промышленного предприятия и управленческие решения для его осуществления. Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-2. С. 836-840.
6. Григорьева Е.А., Фоменко Е.В.Системный подход как методологическая основа управления рекреационной деятельностью // Курорты. Сервис.Туризм.. 2013. № 2-4 (1921). С. 9-14.
7. Оганесян Л.Л.Тенденции развития кадрового менеджмента//Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013. № 3. С. 336-342.
8. Тихонов Р. Е. Кадры. - М.: Лист, 2009. – 110 с.
9. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л. Эффективность использования сетевых структур в повышении конкурентоспособности экономики// Журнал «Экономика и предпринимательство», №5, 2013. С. 78-82.
10. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л., Антошкина В.В. Инновации в статистической оценке туристской деятельности региона // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Всеросс. науч. конф. Краснодар, 2011. С. 93–98.
11. Шамхалов Ф.И. Американский менеджмент: Теория и практика. - М. Наука. 2011. – 116с.

В. АНТОШКИНА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»
В. КАТАЕВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.В. ФОМЕНКО
канд.географ.наук, доцент кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

РОЛЬ ЛОГИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДАХ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается роль логистики в современных методах управления.Идеи логистики являются принципиально новыми для большинства российских предпринимателей, менеджеров, инженерно-технических работников. Понятие логистики в более широком смысле можно трактовать как современную методологию и методику управления возникающими в процессе экономической деятельности потоками всех взаимосвязанных видов как единым целым.

Ключевые слова: современные методы управления, логистический подход, логистическое управление.

Annotation. The article discusses the role of logistics in modern management techniques. Ideas logistics are fundamentally new for the majority of Russian entrepreneurs, managers, engineers and technical workers. The concept of logistics in a broader sense, can be interpreted as a modern methodology and methods of control arising in the course of economic activity flows all interrelated species as a whole.

Keywords: modern management methods, logistical approach, logistics management.

Идеи логистики являются принципиально новыми для большинства российских предпринимателей, менеджеров, инженерно-технических работников. Одной из главных задач в современной России, взявшей курс на модернизацию, является снижение логистических издержек.

Главная цель логистики – обеспечение поставок необходимой продукции в нужное место, в указанное время, при оптимальных затратах, требуемого качества и количества.

Логистический подход приводит к регулированию материальных потоков. Эти потоки возникают при производстве тех или иных изделий; при обеспечении этого производства необходимыми материалами, комплектующими изделиями и сырьем; при складировании готовой продукции, ее распределении и доведении до потребителя.

Однако такое регулирование может осуществляться лишь через управление величиной, направлением, возникновением, прекращением, периодичностью, последовательностью, а также другими параметрами следующих потоков ресурсов: людских; энергетических; информационных; финансовых. Эти потоки также являются материальными, хотя их физическая природа отличается от природы исходных материалов, превращающихся в результате экономической деятельности в изделия, удовлетворяющие определенные потребности конечных пользователей.

Поэтому понятие логистики в более широком смысле можно трактовать как современную методологию и методику управления возникающими в процессе экономической деятельности потоками всех взаимосвязанных видов как единым целым.

В существующей практике управления принят двоякий подход к логистике.

В одном случае логистика предусматривает разработку механизма и структуры управления движением материальных, информационных, финансовых и других потоков, т.е. ограничивается выполнением функций планирования.

В другом случае логистика не ограничивается планированием и предусматривает процедуру реального управления, т.е. осуществляет повседневную текущую деятельность по управлению. Логистика, будь то на этапе планирования или на этапе реа-

лизации производственно-предпринимательской деятельности, воздействует на процесс маркетинговых исследований, на движение материальных ресурсов, на распределение изделий между потребителями, собственно на процесс производства, а также на административно-управленческую деятельность.

С одной стороны, логистика управляет основными направлениями и практическим проведением маркетинговых исследований. С другой стороны, характер и методы проведения этих исследований определяют структуру и функции логистического управления. Именно маркетинговые исследования могут оказать существенное влияние на затратные показатели экономической деятельности. Ими определяется номенклатурная и объемная специализация производственной деятельности.

Маркетинговые исследования определяют прогноз продаж и выбор структуры распределения. Расширение номенклатуры изделий может происходить за счет модификации базовой модели. В ряде случаев подобная модификация может происходить исключительно путем применения тех или иных дополнительных элементов (аксессуаров). При этом общий технологический цикл не обязательно должен существенно удлиняться, а зачастую и заметно сокращается.

Маркетинговые исследования определяют требования к формированию заказов и услуг, оказываемых потребителю. При подобном анализе определяются такие требования, как желаемая срочность доставки и надежность выполнения договорных сроков, а также способность к немедленному удовлетворению спроса. Этим обусловливаются, необходимость уменьшения времени транспортировки и возможность передачи заказа непосредственно потребителю в нужном месте, в нужное время и в требуемом количестве. Такие требования существенным образом влияют на структуру внешнего транспорта, на использование тех или иных его видов, на размещение транспортных маршрутов.

Принятие решений по вопросам выбора объемов и номенклатуры изделий, способов их хранения и доставки к потребителям тесно связано с условиями получения финансовых кредитов, способами и сроками их погашения. Результаты маркетинговых исследований приводят к определенным выводам и решениям в области менеджмента и распределения финансовых потоков. Логистическая система расширяет и дополняет маркетинговые исследования тем, что организует всю экономическую деятельность в направлении реализации результатов этих исследований. Организация этой деятельности осуществляется путем регулирования финансовых потоков и выдачи соответствующих управляющих указаний.

В соответствии с принципами логистики все управляющие решения, принимаемые на основе маркетинговых исследований окружающей рыночной среды и текущей информации о ходе экономической деятельности, выражаются в воздействии на материальные потоки.

В конечном итоге логистическое управление должно осуществлять воздействия и организовывать производственный процесс таким образом, чтобы при минимальных издержках наилучшим образом удовлетворять потенциальных потребителей и расширять их круг.

Возрастание роли логистики в современный период обусловлено прежде всего экономическими причинами. Рост объемов промышленного производства и расширение внутринациональных и мирохозяйственных связей требуют уделять больше внимания сокращению затрат в сфере рыночной деятельности.

В западных странах 93% времени движения товара от первичного источника сырья до конечного потребителя приходится на прохождение его по различным каналам материально-технического обеспечения. Собственно производство товара занимает лишь 2% суммарного времени, а транспортировка – 5%. В этих странах доля продукции товародвижения составляет более 20% национального дохода. В структуре затрат на товародвижение расходы по содержанию сырья, материалов, полуфабрикатов и гото-

вой продукции составляют 44%, на складирование и диспетчирование – 16%, магистральные и технологические перевозки – соответственно 23% и 9%. Оставшиеся 8% падают на расходы по обеспечению сбыта готовой продукции.

Развитие логистики в первую очередь и обусловлено стремлением к сокращению временных и денежных затрат, связанных с товародвижением. Вместе с тем резкое возрастание интереса к логистике определяется следующими факторами:

1. Переход от рынка продавца к рынку покупателей, когда потребности потребителей служат основой для разработки производственных программ и обусловливают необходимость в создании системы товародвижения;

2. Обеспечение конкурентных преимуществ предприятиям, применяющим логистические принципы организации производственной и сбытовой деятельности;

3. Создание объективных возможностей для использования в системе логистики достижений технического прогресса в средствах связи и информатики;

4. Разработка новых теорий и методов исследования операций, в частности, теории систем и теории компромиссов, послуживших основой для оптимизации процессов логистики.

В условиях перехода экономики России к рыночным отношениям значимость логистики возрастает. Можно выделить пять факторов, определяющих актуальность логистики в период перехода к рынку.

1. Экономический фактор. В современных условиях на первый план выдвигается поиск возможностей сокращения производственных затрат и издержек обращения ради получения прибыли. Логистика позволяет связать экономические интересы производителя продукции и ее потребителя.

2. Организационно-экономический фактор. В условиях рынка, по мере возникновения и развития новых организационных форм, реализующих процессы товародвижения, все большее значение приобретают интеграционные формы управления и координации, обеспечение логистических процессов взаимодействия предприятий-изготовителей, потребителей, посредников, складов и транспорта.

3. Информационный фактор. Рыночная экономика способствует развитию информационных связей, которые являются причиной и следствием рыночных отношений, взаимообуславливают друг друга. Информатика наиболее тесно связывает рынок и логистику, поскольку ее предметом, средством и составляющей логистических процессов являются информационные потоки.

4. Технический фактор. Этот фактор проявляется в том, что логистика как система, ее субъекты и объекты управления развиваются на основе современных технических достижений в транспортно-складском хозяйстве и компьютеризации управления.

5. Государственная поддержка процессов товародвижения. В современных условиях возникает задача регулирования процессов товародвижения не только на уровне предприятий, но и в масштабах регионов, а также в национальном масштабе.

Высокая актуальность внедрения логистики связана с интенсификацией и расширением в нашей стране товарно-денежных отношений, с увеличением хозяйственных связей между предприятиями, с развитием производственной инфраструктуры и расширением хозяйственной самостоятельности предприятий и организаций.

Быстрое развитие логистики в настоящее время связано с принципиальными изменениями условий хозяйствования, вызванными прежде всего трансформацией мировой экономической системы в сервисную экономику, с рыночным приоритетом потребителя, глобализацией и интеграцией экономических процессов.

Кроме того, к факторам, влияющим на интенсивное развитие логистических систем, можно отнести: формирование глобальных цепей поставок, резкое сокращение жизненного цикла продукции, переориентация традиционного производства на производство «под заказ» и массовую кастомизацию (mass customization), конструктивное усложнение товаров и стремительное расширение их разнообразия, внедрение новых

логистических технологий доставки грузов, бурное развитие информационных систем и технологий поддержки логистики и SCM, стремление компаний сокращать совокупную стоимость и затраты времени, связанные с движением товаров, и т.д.

Следует отметить среди них основные условия, появление которых потребовало самостоятельного рассмотрения «экономических основ логистики» как специальной дисциплины. Это прежде всего изменение ориентации рынка: от рынка продавца – к рынку покупателя; интеграция и глобализация экономики; развитие информационных и коммуникационных технологий.

Эти три условия предопределяют специфику экономических отношений, возникающих в логистических системах, развитие которых следует рассматривать, опираясь на следующие положения:

– логистика прежде всего направлена на удовлетворение спроса потребителя;

– внедрение структур логистики связно с высокоразвитой рыночной экономикой;

– развитие логистики означает переход от локальных хозяйственных систем к интегрированным структурам, объединяющим в рамках цепей поставок функции снабжения;

– производства и распределения на основе мощной (производственно-логистической) инфраструктуры;

– логистика позволяет осуществлять координированное управление материальными, информационными и финансовыми потоками, обеспечивая их синхронность и высокие конечные результаты деятельности всех участников движения товаров.

Экономические основы логистики опираются на трехполюсную систему (треугольник): макроэкономика, микроэкономика и региональная (пространственная) экономика и являются отражением теории общего экономического равновесия, экономического воспроизводства, экономического роста, теории устойчивого развития, а также теории международной торговли, международной экономической интеграции и т.д.

Отличительной чертой экономики логистики служит не только ее ориентация на предприятие (что отражает лишь корпоративные цели обслуживания не только сегмента рынка, но и территории, региона и даже страны в целом). Эффективность ЛС становится часто ключевым фактором национального успеха. Однако это утверждение не исключает важности экономики логистики для самих предприятий (особенно для средних и малых) с небольшими циклическими (во времени) потоками широкой номенклатуры грузов. В этом случае рационализация работ (транспортных, экспедиторских, складских, погрузочно-разгрузочных и т.д.) достигается путем высокоорганизованного логистического сервиса на основе оптимизации затрат и качества.

Экономика логистики изучает экономические отношения, возникающие в экономическом пространстве логистики. В данном случае под экономическим пространством понимается насыщенная территория, вмещающая множество объектов и связи между ними. Среди его объектов – предприятия промышленности, торговли и сферы услуг, логистические мощности (транспортные, складские, терминальные), транспортные коммуникации, телекоммуникационные системы и т.д., которые взаимодействуют в соответствии с пространственной (территориальной) структурой экономики и пространственной (территориальной) организацией хозяйственных единиц, объединяемых материальными и сопровождающими их информационными и финансовыми потоками.

Подводя итог, хочется отметить, что в условиях перехода к рыночной экономике у предприятий появилась экономическая свобода. Это, в свою очередь привело к проблемам в управлении деятельностью предприятия, которые наиболее успешно можно решить с помощью логистики. Для этого необходимо пересмотреть стратегию предприятия, усовершенствовать организационную, транспортную, разделительную системы, внедрять высококачественные и надежные информационные технологии.

Таким образом, логистика становится основой механизма управления компанией, и без работы над этим направлением невозможно представить ни одно современное, развивающееся предприятие.

Список литературы и источников:

1. Логистика: Учебное пособие. Под.ред. Б.А. Аникина. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 327 с.
2. Модели и методы теории логистики / Под ред. В.С. Лукинского – СПб.: Питер, 2003. – 176 с.
3. Родионова В.Н., Туровец О.Г., Федоркова Н.В. Логистика: Конспект лекций. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 160 с.
4. Е.В. Фоменко. Особенности функционирования логистической системы туристского предприятия. Актуальные проблемы современной науки:материалы I Междунар.научн-практ.конф. Академия знаний (Краснодар, 30 сентября 2001г.) – Краснодар, 2011.–386 с.
5. Фоменко Е.В. Инвестиции – ключ к динамическому развитию регионов. Коллективная монография. Краснодар: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГУ «Объединение «Росинформресурс». 2008.
6. Фоменко Е. В. Проблемы реализации инвестиционных программ. – КСЭИ Краснодар, 2012. – 250 с.
7. [Электронный ресурс]. URL: http://www.xcomp.biz/1-1-ekonomicheskie-osobennosti.html (дата обращения: 2.10.2014).
8. [Электронный ресурс]. URL: http://studopedia.ru/3_4928_ logisticheskie-sistemi.html (дата обращения: 1.10.2014).

О.БОРИСЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В.К. ЛУКИН
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ

Аннотация. В статье рассмотрены методы управления конфликтами. Любая организация в своей жизнедеятельности связана с неизбежностью возникновения внутри нее различного рода конфликтов. Конфликт является естественным условием существования любого сообщества людей, источников и движущей силой развития этого сообщества. Такое восприятие конфликта дает возможность использовать его в качестве инструмента воздействия на развитие организации через изменение при необходимости ее культуры, структуры и создание, тем самым, условий для наиболее эффективной работы коллектива по достижению организационных целей.

Ключевые слова: управление конфликтами, конфликтология, коллектив.

Annotation. The article considers the methods of conflict management. All organizations are connected with the inevitability of the occurrence within it of a different kind of conflict. Conflict is a natural condition of existence of any community of people, sources and driving force behind the development of the community. This perception of conflict provides an opportunity to use it as a tool of influence on the development of the organization through change, if necessary, its culture, structure and creation, thus, the conditions for the effective work of the team to achieve organizational goals.

Keywords: conflict management, conflict resolution, team.

Любая организация в своей жизнедеятельности связана с неизбежностью возникновения внутри нее различного рода конфликтов. Конфликт является естественным условием существования любого сообщества людей, источников и движущей силой развития этого сообщества. Такое восприятие конфликта дает возможность использовать его в качестве инструмента воздействия на развитие организации через изменение при необходимости ее культуры, структуры и создание, тем самым, условий для наиболее эффективной работы коллектива по достижению организационных целей.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования основных ее положений для формирования эффективного механизма управленческой деятельности организаций и предприятий.

Существует несколько эффективных способов управления конфликтной ситуацией. Их можно разделить на две категории: структурные и межличностные. Руководитель должен начать с анализа фактических причин конфликта, а затем использовать соответствующую методику [3, 19] .

1.Разъяснение требований к работе. Одним из лучших методов управления, предотвращающий дисфункциональный конфликт, - разъяснение того, какие результаты ожидаются от каждого сотрудника и подразделения. Здесь должны быть упомянуты такие параметры как уровень результатов, который должен быть достигнут, кто предоставляет и кто получает различную информацию, система полномочий и ответственности, а также четко определены политика, процедуры и правила.

2.Координарные и интеграционные механизмы. Еще один метод управления конфликтной ситуацией – это применение координационного механизма. Один из самых распространенных механизмов – цепь команд. Как еще давно отмечал Вебер и представители административной школы, установление иерархии полномочий упорядочивает взаимодействие людей, принятие решений и информационные потоки внутри организации.

В управлении конфликтной ситуацией очень полезно средства интеграции, такие как управленческая иерархия, использование служб, осуществляющих связь между функциями. Исследования показали, что организации, которые поддерживали нужный для них уровень интеграции, добились большей эффективности [4] .

3.Общеорганизационные комплексные цели. Установление общеорганизационных комплексных целей – еще один метод управления структурной ситуацией. Эффективное осуществление этих целей требует совместного усилия двух или более сотрудников, групп или отделов. Идея, которая заложена в эти высшие цели – направить усилия всех сотрудников на достижение общей цели.

4.Структура системы вознаграждений. Вознаграждения можно использовать как метод управления конфликтной ситуацией, оказывая влияние на поведение людей, чтобы избежать дисфункциональных последствий. Люди, которые вносят свой вклад в достижение общеорганизационных комплексных целей, помогают другим группам организации и стараются подойти к решению проблемы комплексно, должны вознаграждаться благодарностью, премией, признанием или повышением по службе. Не менее важно, чтобы система вознаграждений не поощряла неконструктивное поведение отдельных лиц и групп.

5.Уклонение. Этот стиль подразумевает, что человек старается уйти от конфликта. Один из способов разрешения конфликта – это не попадать в ситуации, которые провоцируют возникновение противоречий, не вступать в обсуждение вопросов, чреватых разногласиями.

6.Сглаживание. Этот стиль характеризуется поведением, которое диктуется убеждением, что не стоит сердиться, потому что «мы все – одна счастливая команда, и не следует раскачивать лодку». «Сглаживатель» старается не выпустить наружу признаки конфликта и ожесточенности, апеллируя к потребности в солидарности [7] .

7.Принуждение. В рамках этого стиля превалируют попытки заставить принять свою точку зрения любой ценой. Тот, кто пытается это сделать, не интересуется мнением других. Лицо, использующее такой стиль, обычно ведет себя агрессивно, и для влияния на других обычно использует власть путем принуждения. Конфликт можно взять под контроль, показав, что обладаешь самой сильной властью, подавляя своего противника, вырывая у него уступку по праву начальника. Этот стиль принуждения может быть эффективным в ситуациях, где руководитель имеет значительную власть над подчиненными. Недостаток этого стиля заключается в том, что он подавляет ини-

циативу подчиненных, создает большую вероятность того, что будут учтены не все важные факторы, поскольку представлена лишь одна точка зрения.

8.Компромисс. Этот стиль характеризуется принятием точки зрения другой стороны, но лишь до некоторой степени. Способность к компромиссу высоко ценится в управленческих ситуациях, так как это сводит уминимуму недоброжелательность и часто дает возможность быстро разрешить конфликт к удовлетворению обеих сторон. Однако, использование компромисса на ранней стадии конфликта, возникшему по важному решению может сократить время поиска альтернативы. Такой компромисс означает согласие только во избежание ссоры.

9.Решение проблемы. Данный стиль – признание различия во мнениях и готовность ознакомиться с иными точками зрения, чтобы понять причины конфликта и найти курс действий, приемлемый для всех сторон. Тот, кто пользуется таким стилем не старается добиться своей цели за счет других, а скорее ищет наилучший вариант решения конфликтной ситуации. Расхождение во взглядах рассматривается как неизбежный результат того, что у людей есть свои представления о том, что правильно, а что нет. Такая конструктивность в разрешении конфликта способствует созданию атмосферы искренности, столь необходимой для успеха личности и компании в целом.

Так же выделяют следующие методы управления конфликтами: структурные, внутриличностные и переговоры [11].

Структурные методы. Структурные методы разрешения организационного конфликта базируются на изменениях в структуре организации и направлены на разрешение уже существующего конфликта. Выделяют следующие группы структурных методов.

1. Методы, связанные с использованием своего должностного положения (законной власти): приказы, распоряжения, директивы, разъяснение требований к работе и т.д.

2. «Разведение» участников конфликта по ресурсам, целям, средствам труда или снижением их взаимозависимости.

3. Методы, связанные с созданием определенного «задела» в работе взаимозависимых подразделений (запасы материалов, комплектующих и т. п.).

4. Методы объединения участников конфликта для решения общих задач: формулировка миссии, установление общекорпорационных целей.

5. Создание структуры, выполняющей интеграционные функции и координирующей действия конфликтующих сторон (координатор, общий руководитель и т. п.).

6. Методы создания систем вознаграждения. Вознаграждение можно использовать как метод управления конфликтной ситуацией, оказывая влияние на поведение людей, чтобы избежать дисфункциональных последствий. Важно, чтобы система поощряла только необходимое производственное поведение, была понятна и воспринималась сотрудниками как справедливая.

Внутриличностные методы управления конфликтом. Внутриличностный конфликт – конфликт человека с самим собой, несоответствие желаний и существующих возможностей, недовольство самим собой.

Эта разновидность конфликта может иметь как функциональные последствия при стремлении человека к самосовершенствованию, так и дисфункциональные последствия, если способствует возникновению других видов конфликтов, ухудшает состояние здоровья.

Виды внутриличностных конфликтов перечислены ниже [1] .

1. Конфликт ориентации, когда, например, для достижения корпоративных целей необходимо ориентироваться на достижение успеха, а сам человек склонен ориентироваться на то, чтобы избежать неудачи. Или дело требует работы в выходной день, а сотрудник обещал жене именно эти выходные провести в семье.

2. Конфликт фактов и планов достижений связан с чувством недовольства в отношении полученных результатов, которые "не дотянули" до плановых.

3. Конфликт ролевых функций (реально выполняемых и желаемых или плановых).

4. Конфликт целей (личных, субъективно поставленных и извне инициируемых).

Продолжительный внутриличностный конфликт может перерасти в стресс, а в дальнейшем и в состояние депрессии.

Понимание сущности внутриличностного конфликта позволит выбрать линию поведения, снижающую состояние напряжения и дискомфорта.

Переговоры. Переговоры относятся к специально подготовленным, регламентированным беседам. Выделяют две главные цели переговоров:

– разрешение конфликтов, споров;

– организация сотрудничества.

Образно говоря, в обстоятельствах конфликта задача переговоров заключается в делении пирога на части и их распределении, а в ситуации сотрудничества - в создании нового пирога [8] .

Типы решений в переговорах:

1. компромисс. Наиболее часто встречающийся тип решений;
2. нахождение принципиально нового решения;
3. нахождение асимметричного решения.

Поиск компромисса осуществляется в области жизненно важных интересов, которые одновременно являются взаимоисключающими. Важным условием является готовность сторон к удовлетворению лишь части интересов. Один из основных вопросов, который должен быть решен при ведении переговоров, - это вопрос о критериях, определяющих законность тех или иных требований или уступок. Если имеется общепризнанный критерий, то время на ведение переговоров резко уменьшается.

Нахождение принципиально нового решения способно снять имеющиеся противоречия. Это возможно только при детальном изучении потребностей, интересов, ценностей. Например, две сестры спорят, как разделить один апельсин. При этом каждая хочет получить его большую часть. Решают разделить его пополам. Решение кажется справедливым, однако оказалось, что одной сестре апельсин нужен для еды, а другой нужна от него лишь цедра (кожура) для того, чтобы испечь пирог.

Поиск принципиально нового решения, прежде всего, связан с творческим подходом к проблеме, со способностью рассмотреть проблему шире первоначально заданных позиций, и тогда от противоборствующих сторон вообще может не потребоваться уступок [5] .

Если стороны не находят "серединного" решения, они могу перейти к асимметричному решению. В этой ситуации уступки одной стороны значительно превышают уступки другой стороны. Степень асимметричности может быть различной, почти до полного игнорирования интересов одной из сторон (стиль поведения в конфликтной ситуации принуждение и приспособление).

Факторы, влияющие на повышение эффективности проведения переговоров:

– отделение человека от проблемы;

– концентрация на интересах, а не на позициях;

– изучение вариантов, которые могут удовлетворить обе стороны;

– поиск объективных критериев;

– нужно помнить, что переговоры – это взаимодействие, а не действие;

– переговоры проводятся с определенной целью, но каждая сторона при этом имеет свои цели;

– соблюдение последовательности этапов проведения переговоров и рефлексия переговорного процесса.

Основные стадии переговорного процесса:

1. подготовка к переговорам;
2. процесс их ведения;
3. анализ результатов и выполнение достигнутых договоренностей, т. к. завершение одних переговоров одновременно является началом других переговоров с этим либо другим партнером.

Переговоры являются центральным моментом решения конфликтной ситуации. Успешное ведение переговоров приводит к дисфункциональным последствиям конфликта; провал переговорного процесса усугубляет конфликт [13] .

Таким образом, в сложных ситуациях, где разнообразие подходов и точная информация являются существенным для принятия здравого решения, появление конфликтующих мнений надо даже поощрять и управлять ситуацией, используя стиль решения проблемы. Другие стили тоже могут с успехом ограничивать или предотвращать конфликтные ситуации, но они не приведут к оптимальному решению вопроса, потому что не все точки зрения были изучены одинаково тщательно. Из исследований известно, что высокоэффективные компании в конфликтных ситуациях пользовались стилем решения проблем, чем малоэффективные компании. В этих высокоэффективных организациях руководители открыто обсуждали свои расхождения во взглядах, не подчеркивая разногласий, но и не делая вида, что их вовсе не существует.

Список литературы и источников:

1. Андреев В.В. Проблемы мотивации руководителей и специалистов на промышленных предприятиях // Управление персоналом. – 2003. - №10. 45 с.
2. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер: Для руководителя-практика/ пер. с англ. –М.:Дело ЛТД, 2003. -320 с.
3. Григорьева Е.А., Фоменко Е.В.Системный подход как методологическая основа управления рекреационной деятельностью // Курорты. Сервис.Туризм. 2013. № 2-4 (1921). С. 9-14.
4. Григорьева Е.А., Оганесян Л.Л., Фоменко Е.В. Анализ оптимальных путей и возможностей диверсификации туристского продукта на территории г. Краснодара. Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-3. С. 358-363.
5. Григорьева Е.А., Оганесян Л.Л., Фоменко Е.В.Оценка необходимости реализации проекта реструктуризации в работе промышленного предприятия и управленческие решения для его осуществления. Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-2. С. 836-840.
6. Менеджмент организации. – М.:Логос, 2002. 240 с.
7. Минаев Э.С. Менеджмент персонала: функции и методы. –М., 2001. 156 с.
8. Оганесян Л.Л.Тенденции развития кадрового менеджмента//Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013. № 3. С. 336-342.
9. Румянцев З.П. и др. Менеджмент организации. –М.: ИНФРА-М, 2002. – 432 с.
10. Управление персоналом/Под ред. Б.Ю.Сербиновского и С.И.Самыгина. М.: «Издательство Приор», 1999. -431с.
11. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л. Эффективность использования сетевых структур в повышении конкурентоспособности экономики// Журнал «Экономика и предпринимательство», №5, 2013. С. 78-82.
12. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л., Антошкина В.В. Инновации в статистической оценке туристской деятельности региона // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: матер. IV Всеросс. науч. конф. Краснодар, 2011. С. 93–98.
13. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л. Проблемы формирования конкурентоспособного туристского рынка. Вестник Академии знаний. 2014. № 2 (9). С. 61-67.

Л.С.БУДАГЯН
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
И.Н. ШАМРАЙ
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

УПРАВЛЕНИЕ КОМПЛАЕНС-РИСКАМИ

Аннотация.Сегодня комплаенс во всем мире, и в России в частности, приобретает с каждым днем все большую актуальность. В разработке и внедрении функции комплаенс заинтересованы как собственники, так и топ-менеджеры, ведь обычно нарушение обязательных требований приводит как к финансовым потерям организации, а иногда и к ликвидации организации, так и к уголовной ответственности руководителей.

Ключевые слова: комплаенс, комплаенс-риски, анализ рисков, банковское регулирование.

Annotation. Today compliance becomes more and more important every day worldwide and in Russia in particular. In the development and implementation of the compliance function are interested as owners and top - managers, because usually results in violation of the mandatory requirements as to financial losses organization, and sometimes to the liquidation of the organization, as well as to the criminal responsibility of leaders.

Keywords: compliance, compliance risks, risk analysis, banking regulation.

Термин «комплаенс» появился в России с приходом на российский рынок дочерних компаний западных финансовых структур, для которых эта функция является законодательно необходимой и, потому, хорошо сформированной. В современном же российском законодательстве термин «комплаенс» пока единообразно не определен, хотя некоторые вопросы, традиционно относимые к сфере комплаенса в странах Западной Европы, в России урегулированы специальными законами.

Приводится несколько вариантов определения этого термина. В Оксфордском словаре английского языка комплаенс (англ. compliance – согласие, соответствие) дается следующее определение данного термина – действие в соответствии с запросом или указанием; повиновение.

По-другому обозначают комплаенс как способность действовать в соответствии с инструкциями, правилами и специальными требованиями. Весьма распространенным является понимание «комплаенса» как составной части функции внутреннего контроля, «целью которой является защита интересов инвесторов, банков и их клиентов путем контроля за соблюдением сотрудниками банка положений действующего законодательства, требований надзорных органов, а также документов, определяющих внутреннюю политику и процедуры банка».

Исходя из анализа существующей практики организации функции комплаенса в российских банках, мы можем выделить два наиболее распространенных подхода к комплаенсу:

- подход, основанный на соблюдении нормы. Данный подход предполагает минимальный уровень организации комплаенса в банке – выполняется только то, что императивно требует закон;

- подход, основанный на анализе рисков. Именно этот подход рекомендуется иностранным банкам как национальными регуляторами, так и международными структурами. В России он также рекомендован для внедрения Банком России.

Следует отметить, что до настоящего времени в российской банковской практике подход, основанный на анализе рисков, является менее распространенным, чем подход, основанный на норме, в то время как в Западной Европе он является доминирующим. Суть подхода, основанного на анализе рисков, состоит в том, что банк создает собст-

венную комплаенс-организацию, основываясь не только на требованиях закона, но также с учетом применимых стандартов отрасли, а в случае необходимости разрабатывает и внедряет собственные механизмы управления комплаенс-рисками, хотя законом этого и не предписывалось.

Что же представляют собой комплаенс-риски и чем они опасны для банка?

В соответствии с рекомендациями Базельского комитета по банковскому надзору под комплаенс-риском понимается риск применения юридических санкций или санкций регулирующих органов, существенного финансового убытка или потери репутации банком в результате несоблюдения им законов, инструкций, правил, стандартов саморегулирующих организаций или кодексов поведения, касающихся банковской деятельности.

Специфика комплаенс-риска состоит в том, что он не всегда поддается исчислению до момента его возникновения (например, риск потери репутации). Следует отметить, что наличие комплаенс рисков как таковых не является само по себе критическим для банка – такие риски обязательно присутствуют, в той или иной степени, в любом финансовом бизнесе. Вопрос в том, проводится ли квалифицированный анализ этих рисков, правильные ли рекомендации по снижению и управлению рисками получает менеджмент банка, выполняются ли такие рекомендации на практике. Недооценка роли комплаенса в организации банковского бизнеса может повлечь возникновение повышенных комплаенс-рисков.

Рано или поздно перед менеджментом любой финансовой структуры встает вопрос о том, стоит ли ограничиваться точечной ролью комплаенс функции в организации, либо целесообразно подходить к решению данных вопросов комплексно? Нужно ли инвестировать финансовые, организационные и технологические ресурсы - в создание единой комплаенс системы в финансовой структуре, либо ограничиться выполнением минимальных законодательных требований в специальных областях?

Ответы на эти вопросы зависят от уровня амбиций управляющих органов российского финансового учреждения в вопросах комплаенса. Этот уровень предопределяется тем, известно ли им содержание комплаенса в правовом регулировании тех государств, в которых комплаенс давно стал частью бизнес-культуры, специфики имплементации его компонентов в России. Главным же аргументом, бесспорно, является их осведомленность о тех преимуществах, которые даст данной российской финансовой структуре наличие сформированной эффективной системы комплаенса.

Выбор подхода, основанного только на соблюдении нормы закона, позволяет решать только текущие задачи, но для системного управления комплаенс-рисками он является бесперспективным, поскольку от момента практического возникновения риска до вступления в силу закона, содержащего регулирование соответствующего риска, как правило, проходит не менее пяти лет. В течение этого периода уже существующий, но не описанный в законе риск либо не контролируется вовсе, либо контролируется ненадлежащим образом. Единственно разумным подходом к организации комплаенса может быть только подход, основанный на анализе рисков.

В случае принятия банком решения о внедрении системного, основанного на анализе рисков подхода к организации комплаенса, банк с самого начала получит значительный положительный имиджевый эффект, который будет особенно заметен во взаимоотношениях с иностранными партнерами, которые будут рассматривать его как равного среди равных в вопросах комплаенса.

Практическим следствием внедрения комплаенс-программы в российском банке будет возможность установления корреспондентских отношений с большим числом иностранных банков, а также удешевление заемных средств в иностранной валюте, привлекаемых от иностранных банков в рамках бизнес проектов. Данное удешевление может быть достигнуто за счет большей прозрачности корпоративной структуры и управления, так и за счет сокращения времени согласования проекта и связанных с

этим административных издержек. В случае внедрения комплаенс-системы, основанной на анализе рисков, российский банк может рассчитывать на применение к нему подхода «единого уровня» со стороны его иностранных партнеров.

В процессе работы над комплаенс-программой проводится анализ имеющихся рисков, в том числе и таких, по которым отсутствует четкое законодательное регулирование. Тем не менее, данные риски включаются в сферу анализа, а значит, по ним также вырабатываются рекомендации по их минимизации.

Также в процессе работы над комплаенс-программой достигается оптимизация организационной структуры банка. Это происходит за счет четкого распределения ответственности между конкретными подразделениями банка, исключения дублирующих функций и сокращения ставших ненужными организационных единиц. В результате этой работы банк может получить существенную экономию на операционных расходах.

При построении системы комплаенса, основанной на анализе рисков, в расчет принимаются не только существующие, но и потенциально возможные риски, одновременно с этим готовятся предложения по их минимизации.

Лучшим примером подобных рисков может быть риск применения санкций, установленных Организацией по контролю за иностранными активами Федерального казначейства США (OFAC).

В российском законодательстве до настоящего времени не решен вопрос о необходимости соблюдении режима санкций OFAC зарегистрированными в РФ дочерними банками финансовых структур США, в частности, до сих пор остается открытым вопрос ответственности банков за проведение в России операций в российских рублях с банками, зарегистрированными в Иране, которые включены в «черный список» OFAC, но не включены в соответствующий российский список. Пока непонятно, будет ли российский законодатель ориентироваться на санкции,установленные ЕС и США, но уже вполне очевидно, что российские банки, проводящие операции с Иранскими банками, подвергают себя риску возможных санкций со стороны OFAC.

Для информации следует указать приблизительную оценку такого риска - приведем только два примера:

- $780.000.000 были уплачены в феврале 2009 года швейцарским банком UBS AG в бюджет США в добровольном порядке за прекращение судебного преследования по делу об оказанном банком содействии своим клиентам в нарушении налогового законодательства. При этом такое нарушение было не просто известно руководству банка, но и прямо одобрено им;

- $500.000.000 были выплачены в бюджет США в мае 2010 года нидерландским банком ABN AMRO N.V. в связи с раскрытием незаконных мошеннических финансовых схем, направленных на обход императивных предписаний, а также за нарушение закона о банковской тайне.

Следование подходу, основанному на анализе рисков, позволит своевременно выявить имеющуюся проблему, провести анализ возможностей по минимизации рисков, предпринять необходимые действия для защиты банка от указанных рисков.

Наличие сформированной и понятной потенциальному иностранному инвестору системы комплаенса увеличит шансы акционеров банка на получение лучших ценовых параметров в случае размещения акций банка на иностранных биржах, либо при проведении переговоров с потенциальным стратегическим инвестором из числа крупных зарубежных банков. Такой же эффект будет наблюдаться при взаимодействии банка с международными финансовыми структурами в рамках реализуемых ими проектов.

Комплаенс будет особенно эффективным при корпоративной культуре, которая подчиняется стандартам добросовестности и надежности, и где примером являются совет директоров и исполнительные органы. Это касается каждого сотрудника в банке и должно рассматриваться как неотъемлемая часть банковской деятельности. Банк дол-

жен придерживаться высоких стандартов при осуществлении деятельности, всегда стремиться соблюдать как дух, так и букву закона. Невнимание к влиянию своих действий на своих акционеров, клиентов, сотрудников и рынки может привести в значительной степени к негативному освещению и репутационному ущербу, даже если ни один закон не нарушен.

Для получения в полной мере тех преимуществ, которые может дать российскому банку системный подход к организации комплаенса, основанный на анализе рисков, российским банкам нужно рассмотреть вопрос о принятии стратегических документов в сфере комплаенса утвержденных советом директоров долгосрочных комплаенс-программ и принятых на уровне правления банка краткосрочных комплаенс-планов.

Не существует универсальных комплаенс-программ, разработка каждой программы требует определенного времени, что необходимо для выявления специфики конкретной организации, а также надлежащего учета ее бизнес-модели, организационной структуры, стратегии развития, а также имеющихся для данного проекта материальных и человеческих ресурсов.

Список литературы и источников:

1. Сенчагова В.К. Экономическая безопасность России. - М.: Бином. Лаборатория знаний, 2009. - 815с.
2. Арсланбеков-Федоров А.А. Система внутреннего контроля коммерческого банка. - М.: Юнити-Дана, 2004. - 191 с.
3. Малыхин Д.В. Особенности организации комплаенс-контроля в российских банках // Внутренний контроль в кредитной организации. - №2. - 2009.
4. Особенности организации комплаенс-контроля в российских банках [Электронный ресурс]: http://bankir.ru/tehnologii/s/osobennosti-organizacii-komplaens-kontrolya-vrossiiskih-bankah-2303295/

О.ДОМАНЦЕВИЧ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е. КОПЕЙКИНА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А. ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ГРЕЙДИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА ОПЛАТЫ ТРУДА

Аннотация.В настоящее время традиционные системы оплаты труда считаются малоэффективными, что заставляет российские компании совершенствовать систему оплаты труда. На сегодняшний день система грейдов – это наилучшая и единственно оправданная система начисления должностных окладов на основе балльно-факторного метода и матрично-математических моделей.

Ключевые слова:Грейдинг, форма оплаты труда, эффективность.

Annotation. At present, the traditional system of remuneration are considered ineffective, forcing Russian companies to improve the system of remuneration. Today grading system is the best and only justified charging system of salaries based on the score-factor method and matrix-mathematical models.

Keywords: Grading, form of payment, efficiency.

На сегодняшний день система грейдов – это наилучшая и единственно оправданная система начисления должностных окладов на основе балльно-факторного метода и матрично-математических моделей. Автором этой методики является американский ученый Эдвард Хей. Поэтому часто в шутку ее называют «зарплатомер по Хею».[1]

Для начала определим, что есть что. Грейдинг (от англ. grading) – классификация, сортировка, упорядочивание. Грейдирование – это позиционирование должностей, то есть распределение их в иерархической структуре предприятия в соответствии с ценностью данной позиции для предприятия.[4]

Очень трудно найти такой универсальный метод оплаты труда, который учитывал бы интересы и работодателя, и сотрудника. Предприятие всегда старается платить с учетом своих целей, но ровно столько, чтобы работник не уходил, а последний в свою очередь стремится получать как можно больше. Именно система грейдов позволяет «увязать» оплату труда и логику бизнеса, а также развязать узел проблем, связанных с мотивацией персонала.

Внедрение грейдинга в компании проводится по стандартному алгоритму, включающему в себя несколько этапов:

1.Распределение должностей по значимости для организации

2.Определение грейдов

3.Тарификация или определение размеров окладов

4.Анализ рыночного уровня оплаты труда по должностям и профессиям

5.Анализ и исправление несоответствий

Непосредственная оценка значимости каждой должности, профессии проводится на основе специально разработанной анкеты.

Три группы параметров, которые используют для оценки.

1.Специфические знания и опыт, необходимые для выполнения должностных обязанностей. Включают в себя: знание практических алгоритмов действий, специальных методов и приемов, наличие управленческих навыков, планирования, организации, контроля и оценки, наличие коммуникационных навыков (умение работать с людьми, налаживать с ними контакт, управлять их деятельностью).

2.Навыки, необходимые для решения проблем только на своем участке, минимально прибегая к помощи руководителя. Для этого работнику необходимо обладать: аналитическим мышлением; способностями к творчеству, креативностью.

3.Уровень ответственности сотрудника за каждое свое действие и действия других людей, вовлеченных в один производственный процесс. Пределы, в которых данный сотрудник может принимать самостоятельные решения, пределы его деятельности в целом, уровень воздействия на работу компании.

Все должности и профессии компании получают бальную оценку и в зависимости от нее соответственно ранжируются. Оценка проводится экспертным методом. В качестве экспертов выступают как сами руководители, так и сторонние независимые участники – консультанты.

На сегодняшний день в практику внедряются следующие системы грейдов и их модификации в зависимости от степени сложности:

Первая степень сложности – система ранжирования должностей по степеням сложности. Она не требует математических расчетов и может быть внедрена топ-менеджерами компании после их предварительной подготовки. Ничего общего с оригинальной версией системы грейдов она не имеет. Но некоторые консультанты массово внедряют ее на российских и украинских предприятиях малого и среднего бизнеса.

Вторая степень сложности – это система Эдварда Хея, которая действительно основана на балльно-факторных методах. Но это не оригинальный вариант, а система грейдов, которую американские консалтинговые компании модифицировали под рынок стран СНГ. Ее версию (с некоторыми упрощениями для облегчения восприятия). Такой вариант можно внедрить в фирмах с небольшим штатом.

Третья и четвертая степень сложности – это настоящие оригинальные системы грейдов, которые, несмотря на свою копирайтерскую защищенность, нашли свой выход на рынки России и Украины. Эти системы основаны не только на балльно-факторном методе, но и на правильных, сложных математических расчетах веса, шага, на матри-

цах, профильно-направляющих таблицах, графиках и самое главное – на точном и последовательном соблюдении этапов методологии.

Эти методы очень трудоемки. Их внедрение растягивается на период от 6 месяцев до одного года и сопровождается большим количеством документооборота и сопроводительных рекомендаций. Поэтому здесь без внешнего консультанта не обойтись.

Внедрение этой системы оплаты труда делает предприятие конкурентоспособным на внутреннем и внешнем рынках, поскольку повышается «прозрачность» компании для инвесторов и, соответственно, увеличивается капитализация.[5]

К тому же, введя систему грейдов, предприятие может позиционировать себя как серьезного игрока на мировом рынке труда и привлекать на работу или к сотрудничеству топ-менеджеров, а также высококлассных специалистов со всего мира.

Грейдинг имеет свои плюсы, и минусы для начала, рассмотрим плюсы этого метода:

– обеспечивает эффективную схему вознаграждения, включающую оклады, социальный пакет, премии;

– оптимизирует организационную структуру предприятия;

– является основой для формирования стратегии развития персонала;

– обеспечивает независимую оценку сотрудников на предмет соответствия занимаемым ими должностям;

– позволяет определять взаимосвязь уровня дохода работника на конкретной должности с относительной ценностью его позиции в сравнении с другими существующими в компании; помогает руководству принимать решения об индексации заработной платы в соответствии со стратегическими требованиями развития;

– повышает мотивацию персонала, стимулирует его развитие;

– обеспечивает прозрачность перспектив роста для сотрудников;

– сокращает текучесть кадров;

– уменьшает эффекты «выгорания» сотрудников, находящихся длительное время на одной должности.

– Минусы грейдинга:

– требует больших расходов на разработку, внедрение, поддержание в рабочем состоянии;

– к первоначальной разработке системы грейдов должна быть привлечена большая группа экспертов, так как затрагиваются интересы разных подразделений предприятия;

– корректная оценка должностей связана со значительными трудностями, так как необходимо осмыслить, для каких целей существует та или иная позиция и какие задачи выполняет занимающий ее в компании сотрудник;

– поддержка системы в актуальном состоянии требует значительных усилий, так как необходимо учитывать и отслеживать большое количество элементов и взаимосвязей;

– разработка условий перемещения между грейдами вызывает проблемы самого разного плана (организационные, финансовые, психологические и т. д.);

– существуют сложности справедливой, объективной оценки параметров, трудно поддающихся формализации;

– имеется опасность субъективного подхода как при разработке и первоначальной оценке составляющих грейдов (например, часто имеет место оценка не должностей, а конкретных личностей, которые их занимают), так и в процессе регулярных рабочих проверок соответствия персонала уровню грейда;

– сложности обеспечения объективности и прозрачности оценки вызывают эмоциональные и психологические проблемы, снижающие мотивацию сотрудников.[3]

В настоящее время традиционные системы оплаты труда считаются малоэффективными, что заставляет российские компании совершенствовать систему оплаты труда, разрабатывая справедливую форму стимулирования сотрудников на выполнение целей организации, система грейдинга в последнее время стала очень актуальна, так как ее могут использовать фирмы, как с большим штатом сотрудников, так и с малым. Ее внедрение способствовало изменению взаимоотношений между работодателем и работниками. Работникам стало более понятны проблемы работодателя по сохранению предприятия, так как в противном случае их ожидают сокращения. Это означает, что в условиях выхода из кризиса работнику приходится помнить о необходимости сбалансированности интересов обеих сторон трудового договора и понять, что он больше не может диктовать условия, а наоборот – ему придётся идти на существенные уступки.[2]

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что Система грейдинга - это эффективная форма оплаты труда, которую должны использовать все современные фирмы.

Список литературы и источников:

1. Беляев А.Н. Современные формы и системы оплаты труда. Дело и сервис (ДиС), 2009. - 272 с.
2. Будаев Т., Волгин Н. Оплата труда и проблемы ее регулирования. Альфа-Пресс, 2006. - 200 с.
3. http://www.krutitskaya.com/blog/grejdirovanie_dolzhnostej_v_chem_slozhnosti/2011-03-11-3
4. Стародетская Оксана. Что такое «грейдинг» и кому он нужен? http://www.hr-journal.ru/articles/mp/mp_523.html
5. Грейдинг, или дифференциация заработной платы работников. http://123-job.ru/articles.php?id=29

О. ДОМАНЦЕВИЧ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е. КОПЕЙКИНА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.В. ФОМЕНКО
канд.географ.наук, доцент кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО АУТСОРСИНГА

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы логистического аутсорсинга. Аутсорсинг в логистике на сегодняшний день для многих компания стал наиболее оптимальным способом решение логистических задач, таких как поставка товаров или составление транспортных схем. Без комплексной работы высококвалифицированных специалистов отладить бизнес-процессы в сфере логистики просто не представляется возможным.

Ключевые слова: логистический аутсорсинг, логистические задачи, транспортные схемы, внутренний и внешний аутсорсинг.

Annotation. In article problems of logistic outsourcing are considered. Outsourcing in logistics for many the company became today in the most optimum way the solution of logistic tasks, such as delivery of goods or drawing up transport schemes. Without complex work of highly qualified specialists it isn't possible to debug business processes in the sphere of logistics simply.

Keywords:logistic outsourcing, logistic tasks, transport schemes, internal and external outsourcing.

Аутсорсинг в логистике на сегодняшний день для многих компания стал наиболее оптимальным способом решение логистических задач, таких как поставка товаров

или составление транспортных схем. Без комплексной работы высококвалифицированных специалистов отладить бизнес-процессы в сфере логистики просто не представляется возможным[2].

Если аутсорсинг это передача организацией определенных бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области, то словосочетание «логистический аутсорсинг» обозначает приобретение у третьей стороны услуг по управлению запасами, транспортировке товара, его складированию и всем связанным с этими операциями бизнес-процессам.

В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг передаются обычно функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта, чаще всего не менее одного года. Наличие бизнес-процесса является отличительной чертой аутсорсинга от различных других форм оказания услуг и абонентского обслуживания.

Специалисты выделяют внутренний и внешний логистический аутсорсинг. Подмечено, что в логистическом бизнесе не все компании отдают логистические услуги на сторону по разным причинам. Они пользуются так называемым внутренним аутсорсингом, создавая собственные отделы логистики. Внутренний аутсорсинг применяется обычно при непрерывных производствах, в специализированных бизнес-процессах, где для владельца бизнеса важно сохранять ноу-хау цепи поставок.

Становясь потребителем аутсорсинговых услуг, организация-заказчик получает возможность сосредоточиться на основном бизнесе, поскольку договор аутсорсинга, заключается именно по непрофильным направлениям деятельности организации. Между организацией-заказчиком и аутсорсинговой организацией заключается гражданско-правовой договор, предметом которого является предоставление услуги или выполнение работы.

По сути дела, прибегая к услугам аутсорсера, организация-заказчик в его лице получает как бы дополнительное структурное подразделение организации, которое в то же время остается от него юридически независимым.

Аутсорсинговые услуги в сфере логистики могут включать в себя следующие направления:

– комплексная логистика;

– оптимизация существующих и разработка новых складских схем;

– координация процессов закупки и поставки товара, а также его маркировки, упаковки и т.д.;

– оформление таможенной документации и грузов;

– разработка оптимальных транспортных схем и т.д. [4].

Аутсорсинг логистических услуг предполагает передачу сторонним специалистам, как части функций в данной сфере, так и полный объем полномочий. При выборе оптимального плана работы привлеченных специалистов необходимо учитывать возможности собственной компании в вопросах организации логистики. При этом стоит отметить, что комплексный подход к логистическому аутсорсингу представляет собой наиболее рациональное и финансово выгодное решение, позволяющее успешно справляться с различными задачами в сфере закупок и поставок продукции.

Исходя из своих целей и имеющихся ресурсов, каждая организация сама решает отдавать ту или иную часть собственного бизнеса на аутсорсинг, или выполнять ее самостоятельно. Определяющим фактором, конечно же, является сравнение экономической эффективности обоих вариантов.

Как любой вид экономического взаимодействия компаний аутсорсинг имеет свои преимущества и недостатки. Рассмотрим основные преимущества.

Аутсорсинг позволяет компании-заказчику сократить издержки и значительно снизить трудоемкость и затраты на эксплуатацию информационных систем и приложений, сконцентрироваться на основных бизнес-процессах компании, не отвлекаясь на вспомогательные.

Передача внешним партнерам функций одного или нескольких звеньев цепочки ценности обладает рядом стратегических преимуществ[3]:

– позволяет получить комплектующие или услуги выше качеством и/или дешевле;

– улучшает инновационные возможности компании за счет взаимодействия и партнерства с поставщиками мирового уровня, имеющими большой интеллектуальный потенциал и богатый инновационный опыт;

– обеспечивает большую гибкость компании в случае внезапного изменения рыночной ситуации или потребительских предпочтений: проще и дешевле найти новых поставщиков с необходимыми возможностями и ресурсами, чем перестраивать внутреннюю деятельность компании, ликвидируя одни мощности и ресурсы и создавая новые;

– ускоряет приобретение ресурсов и навыков;

– позволяет сосредоточиться на тех операциях, которые эффективно выполняются силами компании, и тех, которые стратегически целесообразно сохранить под ее контролем;

– сокращение и контроль издержек;

– использование специализированного оборудования, знаний, технологий;

– снижение рисков, связанных с реализацией бизнес-процесса;

– использование конкуренции на рынке исполнителя;

– сокращение влияния неуправляемых факторов;

– разделение и частичная передача другой компании рисков;

– дополнительный доступ к финансам – повышение инвестиционной привлекательности фирмы.

Теперь остановимся на недостатках аутсорсинга.

Компания рискует вывести за свои пределы слишком многие виды деятельности и лишиться части собственных ресурсов и возможностей. В таких случаях компания утратит виды деятельности, которые в течение длительного времени обеспечивали ей успех на рынке[6].

При внешнем аутсорсинге в России проявлялись следующие его недостатки:

– уровень профессионализма сотрудников аутсорсинговой компании-аутсорсера может оказаться недостаточным для выполнения работ или оказания услуг на должном уровне;

– недостаточность рычагов управляющего воздействия, что может привести к снижению эффективности процессов, наличие рисков нарушения сохранности имущества, безопасности и утечки сведений конфиденциального характера.

Также существуют общие проблемы. Штатный сотрудник способен своевременно выявлять некоторые ошибки, а иногда проинформировать клиента о новинках, притом, что внештатный обычно выявляет только «шаблонные» ошибки, которые являются менее критичными[2].

На сегодняшний день существует большое количество видов аутсорсинга бизнес-процессов, основными из них являются: производственный аутсорсинг; IT-аутсорсинг; аутсорсинг бизнес-процессов (BPO); аутсорсинг управления знаниями (KPO); легальный аутсорсинг.

При производственном (или промышленном) аутсорсинге сторонней организации передаются частично или целиком производство продукции или ее компонентов.

Наиболее распространенным видом является аусторсинг в сфере информационных технологий (IT-аутсорсинг).Предполагает делегирование внешней специализиро-

ванной компании решение вопросов, связанных с разработкой, внедрением и сопровождением информационных систем как целиком на уровне инфраструктуры предприятия (сопровождение оборудования или ПО), так и объемов работ, связанных с развитием и/или поддержкойфункционирования отдельных участков системы (программирование, хостинг, тестирование и т.д.)

Аутсорсинг бизнес-процессов (BPO).Использование внешних ресурсов, знаний и опыта, налаженной инфраструктуры поставщика услуг (аутсорсера) для организации и обеспечения собственных специфических функций и достижения бизнес-задач компании. В большинстве случаев BPO предполагает передачу стандартизированных текущих процессов компании.

Аутсорсинг управления знаниями (KPO).KPO предполагает управление процессами, которые требуют глубокого изучения или серьезной аналитической обработки данных, формирования и управления базами знаний, которые в последующем могут использоваться, в том числе и для поддержки принятия решений. Аутсорсинг управления знаниями сейчас только начинает получать распространение на территории США[1].

На отдельной ступени здесь стоит легальный аутсорсинг. В ряде случаев организация обязана передать функции по осуществлению определенной деятельности сторонним организациям. Например, паевой инвестиционный фонд не может самостоятельно вести учет, контроль и управление собственными активами. Для этого он обязан прибегать к услугам хранителя, аудитора и управляющей компании.

В России логистический аутсорсинг возник на стыке конца 80-х, начала 90-х годов, когда после развития корпоративного движения в СССР появились первые легальные капиталисты. В тот период логистические услуги, оказываемые третьим лицам, были достаточно примитивны. В большинстве своем, это были моноуслуги, либо транспортные перевозки, либо складские услуги, ну и, конечно, услуги таможенных брокеров[5].

Сегодня логистический аутсорсинг в России разительно отличается от его стартового состояния в период накопления начального капитала. Российские компании, называющиеся логистическими операторами или логистическими провайдерами, вполне соответствуют мировому уровню оснащения и развития в своей отрасли.

К сожалению, мировой экономический кризис, дошедший до России в конце 2008 г. и длившийся весь 2009 год, изменил ландшафт логистического аутсорсинга. Много мелких и средних логистических операторов прекратили свою деятельность – они разорились или обанкротились. Выжили только сильнейшие логистические операторы, которые смогли в разгар кризиса оптимизировать свой штат, уйти от убыточных операций, перепрофилировать пустые складские и офисные площади под субаренду или другие доходные цели[5].

Сегодня рынок логистического аутсорсинга в России переживает очередную волну развития. В настоящее время емкость рынка логистических услуг рядом российских экспертов оценивается на уровне $80-90 млрд. [5].

Таким образом, надо понимать, что рынок логистического аутсорсинга есть функция рынка потребления. Чем выше уровень потребления в стране, тем больше приходится специализироваться внешнеторговым компаниям, дистрибьюторам, производителям и тем же торговым сетям в своей непосредственной деятельности. Тем больше возникает потребность в привлечении для организации цепи поставок товаров квалифицированных логистических операторов и передачи им части операций на логистический аутсорсинг.

Список литературы и источников:

1. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций: Уч. пособие. / Под ред. Б.А. Аникина. М.: Инфра –367 с.

2. БраварЖ-Л, Морган Р. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений/ Ж-Л. Бравар, Р. Морган. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2007 г.- 201 с.
3. Джефкинс Ф. Связи с общественностью/ Ф. Джефкинс. - М.: Академический проект, 2009.- 432 с.
4. [Электронный ресурс] http://predp.com/fin/terms/chto-takoe-autsorsing.html
5. Елин В.А., Председатель совета директоров ЗАО "СМАРТ ЛОДЖИСТИК ГРУПП" (SLG), кандидат технических наук// Куда стремится логистический аутсорсинг в России? Проблемы современной логистики [Электронный ресурс] http://www.samoupravlenie.ru/42-07.php
6. «Планово-экономический отдел» №6 2011 / Логистика[Электронный ресурс] http://www.profiz.ru/peo/6_2011/Logistich_autsorsing/

З. ЕРЕМЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В. ЦЫБИНА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.В. ФОМЕНКО
канд.географ.наук, доцент кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация.В статье рассмотрены современные логистические принципы. Каждая российская организация работает в отечественной среде, имеющей свои внутренние взаимоотношения с другими предприятиями и организациями. Поэтому представляется вполне целесообразным изучение не только особенностей внешнеторговых процессов с точки зрения логистики, но и логистических принципов и методов управления внутренними процессами самой организации, а также методов оптимизации взаимосвязей с отечественными партнерами.

Ключевые слова: современные логистические принципы, система распределения, материальные потоки.

Annotation. The article describes the principles of modern logistics. Every Russian organization working in the domestic environment having its internal relationships with other companies and organizations. Therefore, it seems quite appropriate to study not only the features of the trade processes in terms of logistics, but also logistics management principles and methods of internal processes of the organization, as well as methods for optimizing relationships with local partners.

Keywords: the principles of modern logistics, distribution system, the material flows.

Российские предприятия различных отраслей экономики устанавливают все более тесные связи с иностранными партнерами, и эта тенденция неуклонно расширяется.

Современные логистические принципы входят в практику российского бизнеса. Ведущие российские компании, особенно те, которые практикуют совместную с западными компаниями деятельность, в последнее время начинают все шире применять логистический инструментарий в процессах организации и управления не только транспортными и складскими операциями, но и производственными процессами, и особенно торговыми, в том числе и внешнеторговыми операциями [2].

Вместе с тем каждая российская организация работает в отечественной среде, имеющей свои внутренние взаимоотношения с другими предприятиями и организациями. Поэтому представляется вполне целесообразным изучение не только особенностей внешнеторговых процессов с точки зрения логистики, но и логистических принципов и методов управления внутренними процессами самой организации, а также методов оптимизации взаимосвязей с отечественными партнерами. Согласно общеприня-

тым определениям, логистика призвана управлять некими потоками ресурсов, т.е. материалов, продуктов, товаров, а также потоками информации, которые сопровождают материальные потоки. Сущность такого управления заключается, прежде всего, в создания условий, благоприятствующих сокращению времени движения ресурсов от добычи сырья до поставки готового изделия конечному потребителю. При этом сокращение временного цикла происходит в атмосфере жесткой экономии внутренних издержек всех организаций, вовлеченных в систему переработки сырья в готовую продукцию и продажи ее потребителю. В этих целях логистика использует достаточно широкий ассортимент различных экономических и организационно-управленческих инструментов [1].

Область интересов современной логистики обширна. Она включает проблемы транспортировки, складское хозяйство, управление материальными потоками на производстве и в области сбыта, управление запасами материальных ресурсов и товарных масс, информационно-управляющие системы. Несмотря на то, что каждая из этих функций уже давно тщательно проанализирована, детально описана и изучена, логистика привносит качественно новую сущность в организацию и управление этими процессами. Логистика рассматривает все эти процессы, обычно рассредоточенные во времени, как происходящие в единой системе, в одно время и во имя единой цели – удовлетворения конечного потребителя [3]. При этом логистические методы позволяют оптимизировать функционирование таких систем на базе единого критерия – минимизации суммарных затрат, связанных с выполнением указанных выше функций. Интегрирование разнесенных во времени и в пространстве различных функций и операций в единую систему позволяет современной логистике осуществлять «сквозное» управление всеми процессами.

Таким образом, главной особенностью современной логистики является выделение определенных экономических систем в целях единого управления существующими внутри них материальными и информационными потоками на базе единого критерия оптимизации, с применением определенных компромиссов.

Сформулируем основные трудности, имеющиеся на пути развития логистики в России:

– нерациональное развитие систем и распределения товаров и услуг (отсутствие продуманной стратегии развития систем распределения в промышленности и торговле, недостаток организованных товарных рынков на уровне крупного и среднего опта);

– слабый уровень развития современных систем электронных коммуникаций, электронных сетей, систем связи и телекоммуникаций;

– отсталая инфраструктура транспорта, прежде всего в области автомобильных дорог;

– недостаточное количество грузовых терминалов, а также их низкий технико-технологический уровень;

– отсутствие практически на всех видах транспорта современных транспортных средств, отвечающих мировым стандартам;

– высокая степень физического и морального износа подвижного состава транспорта;

– низкий уровень развития производственно-технической базы складского хозяйства;

– недостаток современного технологического оборудования по переработке продукции;

– слабый уровень механизации и автоматизации складских работ;

– недостаточное развитие промышленности по производству современной тары и упаковки; и т.д. [4].

Система распределения, главным образом, характеризуется замедленным продвижением товара от производителей к потребителям и недостаточным качеством их обслуживания; высоким уровнем неудовлетворенного спроса.

Особая роль в процессе распространения концепции логистики принадлежит транспорту. Отечественные транспортные и экспедиторские предприятия, участвующие в международных перевозках грузов, одними из первых почувствовали необходимость внедрения современных логистических технологий транспортировки и переработки грузов: терминальных систем, технологии перевозки JIT (доставка товара в нужное время, в нужное место); «от двери до двери», современных телекоммуникационных систем сопровождения грузовых перевозок и т.д. И в связи с этим, крупные российские и частные транспортные и экспедиторские предприятия стали активно создавать свои терминальные сети, распределительные и логистические центры, системы информационно-компьютерной поддержки логистической деятельности.

Еще одна из серьезных проблем логистики, это подготовка кадров в области логистики. Необходимы интенсивная подготовка кадров по специальности «Логистика», переподготовка и повышение квалификации в этой области персонала среднего и высшего менеджмента.

Для эффективного планирования и координации производственных процессов нужны точные прогнозы, которые дают возможность заблаговременно распределять ресурсы, вместо того, чтобы в ответ на уже наступившие перемены осуществлять дорогостоящие изменения в загрузке мощностей или использования запасов. Прогнозирование повышает эффективность логистики, поскольку создает возможность для обмена информацией, а не запасами. Используя современные интеграции прогнозов, отвечающих информационным потребностям логистики, учеными и специалистами была разработана процедура составления эффективных количественных прогнозов, в конечном итоге фактическая оценка складывается из шести элементов: базовой величины ресурса, сезонного фактора, тенденций изменений во времени, циклического фактора, эффекта стимулирования и случайных колебаний. Базовая оценка – средняя величина, а остальные элементы представляют собой поправочные коэффициенты [5].

Не каждый прогноз включает в себя поправки на все эти факторы, но для того, чтобы уметь их выявить, следить за их динамикой и при необходимости правильно учитывать, нужно четко отслеживать социально-экономические явления, происходящие в стране.

Логистика как сегодня, так и в будущем будет основным фактором в конкурентной борьбе. Успех в конкурентной борьбе между предприятиями и сетями единой цепочки создания стоимости, между странами и экономическими регионами определяется в первую очередь уровнем компетенции в логистике. Так, исследования, проведенные на предприятиях, доказывают положительную взаимосвязь между эффективной логистикой и успехом в предпринимательской деятельности [5].За логистическими процессами между предприятиями закрепилось название «управление цепочками поставок» – «Supply Chain Management».

Причиной появления англоязычного термина является тот простой факт, что все новации, возникшие в предпринимательской практике, намного легче «продать» и реализовать под этим названием. И все-таки «управление цепочками поставок» является и остается логистикой, однако на качественно более высоком уровне развития.Одного взгляда на предпринимательскую практику достаточно, чтобы встретить там все три фазы развития с соответствующими им подходами к логистике. Одновременно можно заметить и значительное смещение в направлении понимания логистики как концепции управления.

Современное понимание логистики как концепции управления отвечает новым и изменившимся условиям предпринимательской деятельности. Процесс нового понимания логистики был «спровоцирован», прежде всего, изменениями в экономической

практике. Поэтому логистику можно рассматривать как продукт, возникший в результате практической предпринимательской деятельности [6].

Особенно сильный толчок этому процессу развития давала и дает до сих пор глобализация экономики и вызванная ею интенсификация конкурентной борьбы. Одновременно выросли и требования клиентов к срокам, надежности и гибкости поставок при сохранении низких затрат на логистику. И сейчас мы наблюдаем такую ситуацию, при которой уже недостаточно просто производить продукт высокого качества. На уровне одинаково высокого качества продукта решающим в конкурентной борьбе будет сочетание с таким же высоким качеством логистики.Рассмотрение будущих логистических проблем базируются на модели описания и разъяснения логистических систем и систем потоков. Такая модель отражает взаимосвязи между рамочными условиями, логистическими структурами и процессами, эффективностью и экономической целесообразностью движения грузовых и информационных потоков. Модель описания и разъяснения системы потоков служит для образования логистической теории и целям создания будущих структур на практике. Используя методы исследования будущего, такие как технология создания сценариев, можно на альтернативной основе отразить будущее направление развития рамочных условий и развитие логистических структур и процессов. На этой же основе разрабатываются реалистичный и желаемый виды будущего – логистические перспективы.

Реализация логистических перспектив происходит через логистические стратегии, причем логистические стратегии непосредственно используются как сила регулирующего воздействия для изменения систем по созданию стоимости в будущем. Концепции логистических стратегий позволяют определить тенденции дальнейшего развития систем создания стоимости [2].

Всемирная конкуренция ведет к чрезвычайно высокому росту интенсивности конкурентной борьбы. Предприятия реагируют на это процессом концентрации на основном виде деятельности и аутсорсингом услуг по созданию стоимости. Это ведет к снижению своей доли участия в создании стоимости. Этот термин отражает, насколько велика доля произведенных собственными силами работ по отношению к общим производимым работам по созданию стоимости. Формами участия в создании стоимости являются участие в производстве конечного продукта и участие в логистических процессах.Снижение доли участия в производстве конечного продукта оказывает существенное влияние на перевозку грузов[1]. Грузовые потоки между предприятиями увеличиваются с увеличением числа предприятий, включенных в цепочку создания стоимости. Таким образом, непропорционально растет объем грузоперевозок (в тоннах) и производительность при грузоперевозках (тонно-километр) по сравнению с ростом производства товаров или с ростом оборота.

На промышленных предприятиях снижение доли участия в логистических операциях еще более ярко выражено, чем снижение доли участия в производстве конечного продукта. Отражением доли участия в логистических операциях является передача этих операций внешним агентам, т.е. уровень аутсорсинга. Самый высокий показатель аутсорсинга – при грузоперевозках между предприятиями промышленности и торговли (до 100%). Примерно 48% предприятий передали управление своими складами специализированным логистическим предприятиям.

Эти примеры показывают, что спрос на логистические услуги будет расти. При этом одновременно с ростом количества предлагаемых услуг будут происходить и их качественные изменения. Наряду с классическими видами логистических услуг появятся и новые взаимодополняющие услуги. В целом это найдет свое отражение в привлекательности всего рынка логистических услуг.

Снижение доли участия в создании стоимости и аутсорсинг изменяют стратегии снабжения и стратегии поиска источников снабжения для предприятий. Так, производители работают только с несколькими избранными, но превосходно выполняющими

свою работу поставщиками и логистическими предприятиями, которым они передают на исполнение полный пакет определенных видов деятельности (комбинация простого и системного источника). Например, промышленное предприятие передает комплексную логистику сбыта поставщику логистических систем, который выполняет эту работу в рамках так называемой контрактной логистики.

В первую очередь востребованы поставщики логистических систем. Однако это не означает, что поставщики отдельных частей логистических систем потеряли свое значение. Нишу такой поставщик находит в совместной работе с поставщиком логистической системы. Поставщик отдельных частей логистической системы не только может работать в сети логистической системы, но и является специалистом в сфере прямых отношений между промышленностью и торговлей [3].

На сегодняшний день уже наблюдются некоторые сдвиги в сфере конкурентной борьбы. Конкуренция все меньше проявляется на уровне отдельных предприятий и все больше на уровне сетей создания стоимости. От конкурентной борьбы выигрывают в целом все виды сетей. Однако, по сравнению с оперативными и краткосрочными объединениями в сети (например, виртуальная сеть создания стоимости), на первом месте стоят кооперативные стратегические сети, предназначенные для совместной работы на долгосрочный период. В долгосрочное сотрудничество включены и логистические предприятия.

Локальная, разработанная специально для условий отдельной страны стратегия предусматривает деятельность в пределах одной страны. Деятельность по созданию стоимости координируется в рамках одной страны. Не происходит согласования деятельности между странами (децентрализованная организационная модель предприятия на мировом рынке). Самая простая стратегия глобализации содержит концентрацию деятельности по созданию стоимости в рамках всемирной системы создания стоимости в одном или нескольких местах производства, деятельность которых в высшей степени координирована (централизованная модель предприятия на мировом рынке). Промышленные предприятия отдадут в будущем предпочтение простой стратегии глобализации, однако, с ориентацией маркетинговой деятельности на некоторую децентрализацию и отдельные страны.

Одновременно большое значение будут иметь и стратегии глобальной координации. Эти стратегии распределяют деятельность по созданию стоимости между наиболее предпочтительными местами производства по всему миру. Эти места координируются как всемирное объединение. Компания Volkswagen AG и ее присутствие в Южной Америке, а теперь и в России дают пример перехода от локальной стратегии ориентации на отдельную страну к стратегии координации.Предприятие, следующее стратегии глобальной координации, характеризуется наличием мировой интегрированной сети и постоянным скоординированным обменом информацией, компонентами, продуктами, персоналом и ноу-хау. Перевозки грузов приобретают ярко выраженный межгосударственный и всемирный характер.

Межнациональное глобальное направление системы создания стоимости отражается в глобализации спроса на транспортные и другие логистические услуги. Отсюда для логистических предприятий возникает потребность в глобализации [4].

Это тенденция заметна на примере создания все новых логистических предприятий. Новые виды логистических услуг вырастают из тех требований, которые ставят перед логистикой электронный бизнес (электронная реализация договоров с деловыми клиентами (Business to Business – B2B) и электронная торговля с конечным клиентом (Business to Consumer – B2C). Эти инновационные деловые отношения требуют от логистики не только управления информационными потоками, но и оперативного выполнения задач по физическому движению грузовых потоков. B2B и B2C могут быть успешными только в том случае, если удается справиться с физическим движением грузопотоков. Модель предпринимательской деятельности B2C вызывает новую волну бо-

лее высокого уровня сервиса и более индивидуального подхода к клиенту. При переходе от обычной модели предпринимательской деятельности к модели B2C изменяется и целевая группа. Если раньше надо было отвечать логистическим потребностям торговли, то теперь потребности конечного клиента ставят перед логистикой новые задачи.

На появление высоких требований, возникших как следствие индивидуализации клиентского спроса на продукты и логистические услуги, предприятия отвечают стратегией стандартизированных индивидуальных услуг. Стандартизированные индивидуальные услуги представляют собой профессиональную деятельность и услуги, производство которых стандартизировано на очень высоком уровне, и которые одновременно отвечают индивидуальным требованиям клиентов. При этом стандартизация логистических процессов распространяется как на физические процессы реализации сделок, так и на процессы управления. Стратегия стандартизированных индивидуальных услуг позволяет в принципе управлять качеством, затратами и сроками. Поэтому эта стратегия имеет большое значение. Однако она предполагает, что предприятие концентрируется на производстве стандартизированных продуктов и услуг.

Исходя из всего выше сказанного в данном вопросе, можно сделать следующие выводы.

Тенденции будущего развития позволяют предположить, что роль логистики будет расти.Как и экономика страны, рынок логистических услуг в России развивается. Особенно активный рост можно наблюдать в сегменте компаний, которые предоставляют комплексные услуги по доставке грузов, складскому обслуживанию и т. д. Что касается основных тенденций, то они, по мнению специалистов, следующие.

Во-первых, логистический рынок в регионах становится все более цивилизованным, что объясняется расширением присутствия в регионах крупных западных компаний.

Во-вторых, надо отметить, что в складском сегменте, в строительстве современных терминалов, в активности девелоперов как в Москве, так и в регионах наблюдается настоящий бум.

В-третьих, для клиентов логистических компаний все более важными становятся качество и сервисные характеристики, а не стоимость услуг. Причем эта тенденция характерна даже для регионов, где раньше клиенты были очень чувствительны к цене. Сейчас у них возникает потребность в комплексе дополнительных сервисов, таких как отслеживание доставки, подтверждение о доставке по SMS, упаковка, online-мониторинг отправления. Более того, все больше компаний предпочитают передавать управление логистикой на аутсорсинг.

Часто роль логистики недооценивают, умалчивая ее важнейшую роль в области экономики.Логистический фактор обязательно учитывается при размещении производства в то или ином регионе, он является одним из важнейших.

Народное хозяйство страны ежегодно несет потери из-за диспропорции в техническом вооружении различных видов транспорта, а особенно между уровнем развития постоянных сооружений и парком подвижного состава, например, пропускной способностью линий и густотой движения транспортных единиц; протяженностью автомобильных дорог и количеством тяготеющих к ним автомобилей.

Логистическое хозяйство, как и все отрасли экономики нашей страны требуют привлечение инвестиций, но эта проблема по-прежнему не решается из-за того, что зарубежные инвесторы боятся вкладывать деньги в российскую экономику из-за ее непредсказуемости. Проблемы из-за отсутствия инвестиций возникают в техническом оснащении транспорта особенно отечественного производителя, продукция которых отстает от западных аналогов на много лет из-за отсутствия разработок и воплощения этих проектов в жизнь[3].

Наличие инвестиций предполагает хорошее техническое оснащение транспорта. Для России эта проблема наиболее актуальна, так как большее количество транспорт-

ных средств, да и оборудования в целом осталось со времен СССР. Это оборудование уже отслужило свой срок и требует замены. Состояние транспорта зависит от уровня научно-технического прогресса.Государство должно принимать меры для развития транспорта. Нужно применять щадящие налоги к российским перевозчикам, поддерживать дороги в хорошем состоянии, технически оснащать транспортную отрасль, привлекать зарубежных инвесторов для вложения денег в российскую экономику в целом и в частности в развитие транспорта. От того, как государство будет относиться ко всем проблемам транспорта, будет зависеть состояние всей экономики.

Финансовый кризис затронул все сферы бизнеса в той или иной мере. В связи с падением объемов у крупных заказчиков, спрос на услуги логистических компаний естественно сократился. В борьбе за клиента обостряется конкуренция, и выживают только те, кто предоставляет более качественные услуги. И те, кто по окончании кризиса останутся в логистике, подтвердят свою репутацию профессионалов и выйдут на новый уровень[5].

Таким образом, в заключение хотелось бы отметить, что роль транспорта в экономике России огромна. Логистика оказывает всестороннее воздействие на экономическое развитие страны. Там, где правильно понимают роль логистики, государство успешно развивается в экономическом, политическом и социальном отношениях. И наоборот, недооценка значения транспортной системы неизбежно приводит к замедлению развития государства. Логистическая система должна постоянно развиваться адекватно растущим потребностям.Уникальность логистики состоит в том, что, выступая в роли сферы материального производства, она одновременно выполняет вспомогательную функцию обслуживающей инфраструктуры.

Список литературы и источников:

1. Крылатых Э.Н., Фельцман В.К. Интенсивный курс МВА. Учебное пособие: - М, 2011, с. 102.
2. Аникина Б.А. Логистика. Учебное пособие: – М.: Проспект, 2014. – 408 с.
3. Дроздов, П.А. Основы логистики: учеб.пособие / П.А. Дроздов. –Минск: Изд-во Гревцова, 2008. –208с.
4.Гаджинский, А. М. Логистика: –М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. – 408 с.
5.Неруш, Ю. М. Логистика: – М.: ЮНИТИ– ДАНА, 2003. – 495 с.
6.Гаджинский, А.М. Практикум по логистике: – М.: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг", 2001. – 180 с.

Е.А. ЛИШУТА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Ю.Е. СТУКОВА
канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента НЧОУ ВПО
«Кубанский социально-экономический институт»

ГЕНРИ ФОРД И ЕГО ВКЛАД В РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В данной статье освещены основные этапы развития управленческой мысли на пути к становлению современного менеджмента. Проведена оценка подходов, используемых Г. Фордом в управлении персоналом при организации массового производства.

Ключевые слова: эволюция управленческой мысли, школа научного управления, разделение труда, специализация, управление персоналом.

Annotation. The article deals with the main stages of development of administrative thought on the way to formation of modern management. The assessment of the approaches used by G. Ford in human resource management at the organization of mass production is carried out.

Keywords: evolution of administrative thought, school of scientific management, division of labor, specialization, human resource management.

Современный менеджмент, во всем своем многообразии форм и методов управления, прошел большой исторический путь развития. Изначально, проявления менеджмента закладывались еще в те времена, когда начали создаваться первые государства и стало развиваться человеческое общество. В таких древних государствах, как Греция, Рим, Вавилон могут прослеживаться первые предпосылки к управлению. Для обеспечения устойчивого и стабильного развития древних государства, как и развития государств в современной эпохе, требуется законы, аппарат управления, способствующие нормальному становлению общества. Современное государство представляет собой усложненную организацию, в которой четко прослеживаются различные уровни системы управления.

Развитие управленческой мысли было несколько непоследовательно, что было связано с внедрением научно-технического прогресса во все сферы человеческой жизнедеятельности. Мир стал ареной различных нововведений и перемен. Правительства многих государств все более решительно определяли свое отношение к бизнесу. Выделялись различные подходы к определению такой науки, как менеджмент. Распространенным является подход с позиций выделения различных школ в управлении. Этот подход включает пять различных школ, рассматривающих управление с различных аспектов: школа научного управления, административного управления, человеческих отношений, науки о поведении, науки управления. Создатели первой школы, школы научного управления, исходили из того, что, используя различные тактики управления, анализ, наблюдение, логику, можно усовершенствовать большинство операций ручного труда в организации, добиться их эффективного выполнения и большей производительности. Одним из основных представителей данной школы был выдающийся механик и предприниматель – Генри Форд.

Генри Форда можно назвать одним из ведущих конструкторов цивилизованной рыночной экономики. Его механизмы хозяйствования и в современных условиях работают на обеспечение «потребительской корзины» граждан. Генри Форд относился к предпринимателям, склонным к философскому осмыслению своей деятельности, рассматривающим её в контексте совершенствования общества, в придании ему наибольшей человеческой привлекательности.

В 1903 году Генри Форд основал автомобильную компанию FordMotorCompany, которая существует и в наши дни и, к тому же, является одной из популярных автомобилестроительных компаний, которая, по версии журнала Forbes, занимает 4 место в своей отрасли. Во многом ее успешному развитию и процветанию способствовал сам основатель. Генри Форд считал, что слабым звеном в производстве является человек. Ему требовалось все больше рабочих, которые работали бы все быстрее и эффективнее. Лучшим средством для достижения данных целей был введенный в 1913 году первый в мире метод поточной технологии сборки автомобилей, то есть современный конвейер, который успешно используется при массовом однотипном производстве и в наше время.

Одним из принципов управления Генри Форда было разделение труда и специализация. Каждый работник в организации должен заниматься своим делом, навыками для которого он обладает. Также и в современных условиях эти принципы являются преобладающими для обеспечения эффективного производства с высокой производительностью.

Наделение индивидуальной ответственностью – важное нововведение в управлении. В современных организациях можно наблюдать ответственность персонала за свою работу: начальник бригады отвечает за подчиненных ему рабочих, начальник

мастерской – за свою мастерскую, заведующий отделением за свое отделение, директор – за свое предприятие. Каждый обязан знать, что происходит вокруг него.

Рабочие, занятые на производстве у Г. Форда не были лишены возможности карьерного роста. Как он говорил: «У нас нет готовых постоянных мест – наши лучшие работники сами создают себе место. Это не трудно для них, так как работы всегда много и, если нужно, вместо того, чтобы изобретать титулы, дать работу кому-нибудь, кто желал бы подвинуться вперед, – к его повышению не встретится никаких препятствий». Таким образом, у Г. Форда сделал свою карьеру весь его персонал. Не исключается и возможность карьерного роста на современных предприятиях. Обладая хорошими навыками, знаниями и желанием работать, можно достичь очень многого.

Непременным условием высокой работоспособности и гуманной обстановки является наличие комфортного рабочего места, что приветствовал Генри Форд. В современных условиях существуют оборудованные помещения и кабинеты для эффективной работы.

По мнению Генри Форда, главное предназначение образования – помочь человеку стать самостоятельным в обеспечении собственной жизни. Кстати, на предприятиях Г. Форда было создано одно из первых ремесленных училищ, работа которого может быть признана и сегодня как светлое будущее нашей системы профтехобразования.

В 1914 году Генри Форд ввел на своих заводах самую высокую оплату труда, многие предприниматели были возмущены его поступком. Его пояснение на этот счет было таково: «Если рабочие не станут хорошо зарабатывать, то не смогут быть активными потребителями наших товаров, а потому в Америке не появится тот самый средний класс, от социальной стабильности которого зависит динамичное развитие экономики страны, её политическое равновесие».

Нередко стремление к росту прибыли толкает предпринимателей на понижение заработной платы работников, что стимулирует рост издержек производства, а потому и увеличение продажной цены его товаров. Это, безусловно, сказывается на сужении круга потребителей, а предприятие должно идти на сокращение выпуска продукции. Обществу, в котором так поставлена оплата труда, неотвратимо грозят социальные катаклизмы в виде бесконечных забастовок, роста преступности, обнищания престарелых людей.

Важнейшим остается тот факт, что в компании Генри Форда в целях некого совершенствования персонала был создан социологический отдел, который занимался изучением жизни и быта работников, их психологических характеристик. Можно сказать, что на их основе в современных условиях существуют Отделы по работе с персоналом, которые занимаются наймом новых сотрудников и предоставляют существующим сотрудникам возможности для обучения, карьерного роста, компенсации и льготы, обеспечивающие им хорошие условия работы и качество жизни. Сейчас существует разновидность управленческой деятельности в области управления людьми. Профессия «менеджер-специалист по управлению персоналом» появилась в России 10-12 лет назад. На Западе их называют HR-manager (HR расшифровывается как human resourses, «человеческие ресурсы»), от чего пошло название должности «ейчар» (HR-р). От менеджеров по персоналу во многом зависит атмосфера в коллективе и прибыль компании. Эти специалисты должны быть хорошими управленцами, так как персоналом нужно управлять, принимать решения, по которым будет строиться внутренняя жизнь компании. Управление людьми – одна из наиболее важных областей управления организацией. Люди являются важнейшим ресурсом любой организации. Они создают новые продукты, аккумулируют и используют финансовые ресурсы, контролируют качество. Люди способны к постоянному совершенствованию и развитию. Их возможности и инициатива безграничны, в то время как другие ресурсы ограниченны.

Г. Форд утверждал: «Кто боится будущего, т.е. неудач, тот сам ограничивает круг своей деятельности. Неудачи дают только повод начать снова и более умно. Честная не-

удача не позорна; позорен страх перед неудачей». В этих словах можно рассмотреть некий призыв к созданию своего дела, коммерческой организации. Для достижения своих целей и высоких прибылей, предпринимателю не стоит бояться трудностей своего дела, так как они неизбежны, но, преодолев их, можно достичь высоких показателей и успешно бороться с конкуренцией.

Генри Форд поднимал также проблему качества. В своей книге «Моя жизнь, мои достижения» Г. Форд говорил о том, что после продажи автомобиля, фабрикант вовсе не покончил со своим покупателем, напротив, их отношения только начались. Продажа автомобиля означает к тому же своего рода рекомендацию. Если машина плохо служит покупателю, то для фабриканта было бы лучше, если бы он никогда не имел такой рекомендации, так как в этом случае он приобрел самую невыгодную из всех рекламу – недовольного покупателя. Существующие в современных организациях Отделы контроля качества следят за выполнением требований к производству товара и проверяют его характеристики в соответствии со стандартом. Улучшенная работа таких отделов позволяет организации занять лидирующие позиции на конкурентном рынке и привлечь наибольшее количество покупателей.

По мнению Г. Форда, умная финансовая политика в значительной мере заключается в регулировании периодических операций. Приток денег должен быть почти равномерным. Для того, чтобы работать успешно, нужно иметь возможность работать регулярно. Периодический застой обусловливает большие убытки. Он обусловливает убыток от бездействия рабочих и машин и от ограничения сбыта в будущем, проистекающего от повышения цен, как следствия прерванного производства.

Подводя итог, можно сказать, что Генри Форд внес огромный вклад в развитие теории управления. Проблемы, которые затрагивались при организации производства в компании Форда, актуальны и в современном управлении организациями. Его пути решения производственных проблем, убеждения, труды привлекают интерес современных управленцев, а также начинающих бизнесменов. Его подход в управлении персоналом стал основой современных отделов и подразделений управления. Использование опыта Генри Форда в организации массового производства в любых сферах деятельности позволяет достигать высоких показателей, повышать конкурентоспособность товара и предоставлять огромные преимущества предприятию.

Список литературы и источников:

1. Официальный сайт компании Форд: [Электронный ресурс]: URL: http://www.ford.ru/
2. Генри Форд:[Электронный ресурс]: URL: http://besonus.narod.ru/
3. Интернет-журнал «Работа с персоналом»: [Электронный ресурс]: URL: http://www.hr-journal.ru
4. Генри Форд «Моя жизнь, мои достижения», книга в онлайн-доступе: [Электронный ресурс]: URL: http://lib.ru/MEMUARY/ZHZL/ford.txt

Е.Н. МУРАТОВА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Ю.Е. СТУКОВА
канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента НЧОУ ВПО
«Кубанский социально-экономический институт»

ЭФФЕКТИВНОЕ ЛИДЕРСТВО И УПРАВЛЕНИЕ КОМАНДОЙ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема эффективного лидерства и изучаются различные подходы влияния руководителя на управление персоналом.

Ключевые слова: эффективное руководство, лидерство, управление персоналом, стиль управления.

Annotation. Thearticledealswiththe problem of effective leadership and various approaches of influence of the head on human resource management.

Keywords: effective management, leadership, human resource management, management style.

Секретом успешного менеджмента крупных международных компаний является его эффективное руководство.Современная культура управления включает в себя умение правильно воздействовать руководителя на руководящие звено, а также стимулировать и мотивировать персонал для более эффективного использования человеческого потенциала. Кроме того, современный менеджер должен учитывать различные растущие потребности человека, создавать такие условия труда, которые бы способствовали удовлетворению этих потребностей. Знание природы конфликта и умение решать конфликтные ситуации, позволяет менеджеру в лучшей степени реализовывать цели, стоящие перед организацией. Современный менеджер по персоналу, это лидер, способный организовать людей, влиять на них, вести их за собой. Личность, обладающая качествами лидера становится ключевой фигурой в развитии всех сфер жизнедеятельности общества. Умение управлять людьми начинается с умения управлять собой, навыки самоуправления, самореализации, повышения собственной эффективности становятся ключевыми для овладения профессией менеджера.

Управление персоналом по своим масштабам грандиозное явление. Эффективное функционирование предприятия в решающей степени зависит от руководителей. Обновление кадровой политики, формирование новой концепции управления персоналом являются необходимыми факторами эффективного развития предприятия. XXI век показал, что общественные изменения и преобразования носят чрезвычайно ускоренный и не постоянный характер. Так, например, в производстве появились новейшие технологии, с помощью которых можно сделать многое, но при этом человек не задействован в процессе производства. Появились коммуникации, являющиеся достижениями науки такие, как Интернет, мобильная связь, без которых человечество в настоящее время не представляет себе жизни. Происходят крупные социальные сдвиги, такие как войны, терроризм. Меняются формы собственности, структуры и формы управления. Преобразуются не только условия существования, но и характер адаптации человека к этим условиям. Усиливается неравенство – социальное, имущественное, правовое.

Проблема эффективного лидерства и новые лидерские перспективы приобретают чрезвычайную актуальность в процессе развития международного сотрудничества, обусловленного происходящими процессами глобализации мировой экономики. Поэтому необходимо выявлять элементы и подходы влияния руководителя на управление персоналом.

Лидер – человек, играющий в группе ключевую роль в отношении направления, контроля и изменения деятельности других членов группы по достижении групповых целей. Быть лидером означает быть способным внести наибольший вклад в достижение общей цели, помочь другим поверить в ее достижимость и помочь им получить удовлетворение от достигнутого.

Важным элементом руководства является стиль, избранный руководителем, т.е. совокупность предпочитаемых приемов управления. В теории менеджмента известны следующие стили руководства:

1. Директивный (волевой, авторитарный, автократический) – характеризуется чрезмерной централизацией власти, приверженностью к единоначалию.

2. Демократический (коллективный, товарищеский) – основывается на представлении о подчиненных как о равных партнерах, при принятии решений, уважении и заботе о них, возложении ответственности за итоги действий прежде всего на себя.

3. Либеральный – характеризуется низкой требовательностью к подчиненным, беспринципностью руководителя, стремлением приобрести авторитет путем предоставления разных льгот и послаблений, нежеланием принимать на себя ответственность за итоги деятельности.

Демократичный руководитель предпочитает такие механизмы влияния, которые апеллируют к потребностям более высокого уровня: потребности в принадлежности, высокой цели, автономии и самовыражении. Настоящий демократичный руководитель избегает навязывать свою волю подчиненным.

Организации, где доминирует демократичный стиль, характеризуются высокой степенью децентрализации полномочий. Подчиненные принимают активное участие в принятии решений и пользуются широкой свободой в выполнении заданий. Довольно часто, объяснив цели организации, руководитель позволяет подчиненным определить свои собственные цели в соответствии с теми, которые он сформулировал. Вместо того, чтобы осуществлять жесткий контроль за подчиненными в процессе их работы, низовой руководитель обычно ждет, когда работа будет выполнена до конца, чтобы провести ее оценку. Руководитель тратит сравнительно большую часть своего времени, действуя как связующее звено, обеспечивая соответствие целей производственной группы целям организации в целом и заботясь о том, чтобы группа получала необходимые ей ресурсы.

Поскольку демократичный лидер предполагает, что люди мотивированы потребностями более высокого уровня – в социальном взаимодействии, успехах и самовыражении, – он пытается сделать обязанности подчиненных более привлекательными. В некотором смысле он старается создать ситуацию, в которой люди до некоторой степени сами мотивируют себя, потому что их работа, по природе своей, сама является вознаграждением. В высокой степени демократичный руководитель также способствует тому, чтобы подчиненные понимали, что им предстоит решать большую часть проблем, не ища одобрения или помощи. Но руководитель вкладывает много усилий в создание атмосферы открытости и доверия с тем, что если подчиненным и понадобится помощь, они, не стесняясь, могли бы обратиться к руководителю. Чтобы добиться этого, руководитель организует двухстороннее общение и играет направляющую роль. Он старается научить подчиненных вникать в проблемы организации, выдавать им адекватную информацию и показывать, как искать и оценивать альтернативные решения.

Помимо стиля руководства, которого придерживается руководитель, не менее важным являются его лидерские качества. Руководитель должен понимать психологические основы лидерства и современные методы управления. При этом в своей работе руководителю необходимо использовать различные элементы лидерства, что позволит сделать всю систему управления более гибкой и эффективной по отношению к рядовым членам команды. Руководитель должен чувствовать все процессы, происходящие в коллективе, направлять возможности отдельных личностей в общее русло.

Настоящий лидер, возглавляющий сплоченную эффективную команду профессионалов, просто обязан быть тонким психологом, он должен в любой ситуации находить индивидуальный подход к каждому члену рабочей группы, найти те слова, которые смогут поднять мотивацию сотрудника.

Только тот, кого можно назвать настоящим лидером, сможет создать эффективную команду, которая будет готова к плодотворной работе. Тут нужно особо подчеркнуть, что именно создать, а не собрать. Лидера в данном случае можно сравнить с архитектором, который на основе имеющихся материалов строит что-то уникальное, что-то выбивающиеся из общей массы.

Лидер должен не только следить за тем, как идет рабочий процесс, но и контролировать психологический микроклимат в коллективе. Он должен сразу же выявлять конфликтные ситуации, сводить их последствия к минимуму.

На плечи лидера ложится вся ответственность по мотивации, постановке задач, контролю, внутренним и внешним коммуникациям. Все это требует приложения колоссальных усилий, мобилизации всех внутренних ресурсов и полной концентрации.

Также лидер должен быть морально готов практически к любой ситуации. Непредвиденная ситуация может выбить из колеи отдельных членов команды, но лидер-

руководитель просто обязан сохранять спокойствие и выдержку. Именно от его поведения зависит скорейший выход из кризисной ситуации. И руководитель в данном случае не имеет право поддаваться эмоциям, показывать свою слабость подчиненным. Это и есть профессиональная компетентность руководителя.

В рамках заданной темы нами было проведено социологическое исследование. В объект исследования была определена группа студентов 2 курса факультета финансы и кредит. Будущие специалисты в области финансирования и кредитования станут в последующем руководителями либо звеном в обществе, которым руководят. Итоги социального опроса были проанализированы.

На вопрос: «Какой стиль руководства, на ваш взгляд, должен быть избран лидером для эффективного управления командой?» Были даны и разъяснены варианты ответов (директивный, демократический, либеральный). 70% – демократический; 20% – директивный; 10% – либеральный.

На вопрос: «Какими тремя качествами должен обладать руководитель для эффективного руководства?» 50% – справедливость; 17% – умение мотивировать персонал; 14% – умение решать конфликты, возникающие между персоналом; 7% – дальновидность; 12% – энергичность, коммуникабельность, напористость, увлеченность, надежность.

Таким образом, большинство студентов в возрасте 18-20 лет считают, что наиболее эффективным стилем руководства является демократический, в котором лидеру организации присущи такие качества как справедливость, за которую проголосовало половина группы, умение мотивировать персонал, умение решать конфликты. Также немаловажным в демократическом стиле является то, что руководитель стимулирует благоприятный психологический климат в коллективе, отстаивает интересы подчиненных, чем располагает к себе персонал.

В заключение необходимо отметить, что, по нашему мнению, проблема лидерства с каждым днем становится все более насущной. В современных условиях, когда рынок стремительно развивается, руководитель, который не является лидером, который не имеет за своей спиной сработанной команды, вряд ли сможет эффективно управлять предприятием.

Список литературы и источников:

1. Пугачев В. П. Руководство персоналом организации. М. 2007.
2. Розанова В.А. Психология управления: Учеб. Пособие. - М.: Управление персоналом, 2003. – 416 с.
3. Яхонтова Е.С. Эффективность управленческого лидерства. - М.: ТЕИС, 2002. - 501 с.

В. ОСТАПЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В. КАТАЕВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А. ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В статье проведен анализ основных особенностей Российского менеджмента. Менеджмент присутствуетпочти во всех сферах экономической деятельности. Российское предприятие должно сформировать у себя систему эффективного управления (менеджмента), который смог бы позволить предприятию добиться конкурентоспособного и устойчивого положения на рынке.

Ключевые слова: менеджмент, общественный институт, маркетинговые исследования.

Annotation. The article analyzes the main features of the Russian management. Management presents in almost all spheres of economic activity. The Russian company should develop an effective system of management, which could allow the company to achieve a competitive and sustainable market position.

Keywords:management, public institute, marketing research.

Все мы очень часто слышим пришедшее к нам из английского языка слово «менеджмент», дословно переводящееся как «администрация, управление».

В России слово «менеджмент» как управление в условиях рыночной экономики является новым термином, сущность которого отличается от традиционного управления централизованной командно-административной системы, которая функционировала в России весь советский период.

Российское предприятие, становясь самостоятельным объектом товарно-денежных отношений, полностью отвечающим за результаты своей хозяйственной деятельности, должно сформировать у себя систему эффективного управления (менеджмента), который смог бы позволить предприятию добиться конкурентоспособного и устойчивого положения на рынке.

По сравнению со старой системой управления, существовавшей много лет на российских предприятиях, в новых условиях появляются новые функции: разработки стратегии и политики развития, поиск необходимых материальных и трудовых ресурсов, совершенствование производственной и организационной структур управления предприятием.

В этих условиях резко возросли требования к российским менеджерам за своевременность и качество принимаемых решений. Усилилась роль научно-технического прогресса, дающего возможность путем нововведений удовлетворять потребности рынка. В российском бизнесе появилась острая необходимость проведения маркетинговых исследований, позволяющих изучить эти потребности. Для осуществления производства конкурентоспособной продукции в условиях минимизации издержек производства все большее значение приобретают вопросы, связанные с управлением персонала, который в новых российских реалиях становится основным ресурсом [1].

Возникновение менеджмента как неотъемлемого, особого и передового института стало центральным событием в истории общества XX столетия. С начала века нечасто новый основной институт, новый руководящий класс, появлялся так быстро, как менеджмент. Возможно, такого не было вообще. Редко в истории человечества новый институт настолько быстро доказывал свою необходимость. Еще реже введение нового института вызывало так мало противодействия, беспокойства и дискуссий.

Вполне возможно, что менеджмент останется основным и наиболее весомым институтом общества до тех пор, пока будет существовать западная цивилизация. Это связано не только с тем, что менеджмент основан на природе современной индустриальной системы и на потребностях современных коммерческих предприятий, которым эта система должна предоставлять свои производственные и человеческие ресурсы. Главное в том, что менеджмент отражает основные убеждения современного общества. Он отражает убеждение в том, что средства, необходимые для жизни человека, можно контролировать с помощью постоянного управления экономическими ресурсами. Это и убеждение в том, что экономические изменения смогут улучшить благосостояние человека и социальную справедливость. Еще 250 лет назад Джонатан Свифт одним из первых, определил это так: тот, кто заставит вырасти две травинки там, где росла одна, заслуживает большего, чем любой философ-теоретик или создатель метафизических теорий [2].

Менеджмент, являясь общественным институтом, особенно заботится о производительности ресурсов. Именно он отвечает за организацию экономического развития, поэтому он отражает основной дух современной эпохи. Менеджмент на самом де-

ле необходим, вот поэтому он, возникнув, развивался так быстро и практически без какого-либо противодействия [3].

Как и любой другой вид деятельности, менеджмент имеет свои особенности. Российская система управления, несомненно, отличается от европейской. Обусловлено это множеством факторов. В России менеджмент появился сравнительно недавно, с зарождением рыночных отношений и развитием предпринимательства. Основой его являются человеческие ресурсы (работники) и предпринимательская деятельность [4].

Особенности российского менеджмента заключаются в: чрезвычайно высокой скорости протекания политических и социально-экономических процессов в стране, которые не могут не оказать значительного влияния на все сферы человеческой деятельности; сочетании факторов, способствующих развитию и укреплению системы менеджмента или, наоборот, ей препятствующих; особых чертах менталитета русского человека. Особенности российского менеджмента заключаются еще и в том, что само понятие «менеджер» у нас в стране весьма размыто. В узком смысле этого слова менеджер – управленец, руководитель предприятия, крупной компании. В нашей стране сегодня данным термином обозначается разный вид деятельности. В российских компаниях секретарь, администратор, отвечающий за мелкую бумажную работу, также называется менеджером, что не совсем верно.

Особенности современного российского менеджмента более всего проявляются в четырех основных факторах: инфраструктура управления, политические и социально-экономические условия его существования; расстановка приоритетных задач и направление усилий на их выполнение; комплекс мер, направленных на развитие сферы управления в России; особенность общественного сознания, для изменения которого требуется очень длительный период времени. Сегодня многие руководители российских предприятий стараются перенять опыт управления западных фирм, что не всегда заканчивается благополучно. Следует понимать, что некоторые успешно работающие в Европе законы и правила управления совершенно не пригодны для работы в российских условиях. Особенности российского менеджмента рассматриваются в качестве основного отличительного признака в управлении фирмой в России и на Западе. Человек, выросший в нашей стране и получивший российское образование, имеет свой подход к решению той или иной проблемы, по-своему реагирует на различные ситуации, что создает определенные трудности в следовании западной модели управления. Это вовсе не означает, что следует полностью отказаться от опыта развитых стран в области управления и искать его новые пути с нуля. Учитывая все основные особенности российского менеджмента, досконально изучая опыт страны, вырвавшейся в сфере управления далеко вперед, можно весьма преуспеть во многих сферах деятельности, доступных российскому предпринимателю и управленцу.

Итак, российский менеджмент – это творческая интерпретация мирового опыта управления в условиях либеральной экономики с учетом конкретной специфики и поиском варианта сочетания общего и особенного, так как менеджмент является элементом национальной культуры, а объектом его – люди-носители национальной культуры. Перечисленные особенности русского менеджмента дают только несколько штрихов на общую картину. Но без знания этих мелочей российской компании сложно не только работать на международном рынке, но и правильно организовать работу на российском рынке [5].

Список литературы и источников:

1. Гончаров В.И. Основы менеджмента. Учебное пособие / Гончаров В.И. - Минск: Современная школа, 2006 г. - 281 с

2.Захарова М. Российский менеджмент. [Электронный ресурс]:URL:http://fb.ru/article/39456/osobennosti-rossiyskogo-menedjmenta-ego-otlichiya-ot-zapadnoy-modeli-upravleniya

3. Королев Ю.Б. Менеджмент в АПК. Учебники и учебные пособия для студентов высших учебных заведений / Королев Ю.Б. - М.: КолосС, 2009 г. - 304с.
4. Кабушкин. Н.И. Основы менеджмента. Учебное пособие. Новое издание 2005 г.
5. Русинова Ф.М. Менеджмент (современный российский менеджмент) Учебник под ред. Русинова Ф.М., Разу М.Л. - М.: ФБК-ПРЕСС, 2010 г. - 245 с.

В. ОСТАПЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В. КАТАЕВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А. ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ЗНАЧЕНИЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация.В данной статье рассматривается реструктуризация, как фактор повышение гибкости – поиск источников развития предприятия с помощью внутренних и внешних факторов. Стимуляция к проведению реструктуризации. Этапы проведение реструктуризации.

Ключевые слова: реструктуризация, предприятие, внутренние и внешние факторы.

Annotation. This article discusses the restructuring, as a factor increasing the flexibility – sourcing of enterprise development with the help of internal and external factors. Stimulation to the restructuring.Stages of restructuring.

Keywords:restructuring, enterprise, internal and external factors.

Процесс лавинообразного появления новых предприятий в Российской Федерации в настоящее время подходит к своему завершению. Данное явление начинает приобретать более спокойный характер, обусловлено это тем, что большинство существующих рыночных ниш уже занято, и, следовательно, вновь появляющиеся коммерческие предприятия вынуждены либо искать новые рыночные возможности, либо занимать места разорившихся или ушедших с данного рынка фирм, либо пытаться проникнуть на уже занятые другими позиции рынка[4].

Так же постоянно меняющиеся элементы законодательства РФ заставляют соответствующим образом реагировать на них все предпринимательские структуры страны.

Все это ведет к тому, что сильно возрастает сложность ведения конкурентной борьбы, которая начинает приобретать все более жесткие формы. Затрудняется разработка и реализация стратегических планов организаций, которые, в свою очередь, требуют повышения ее гибкости, способности оперативно реагировать на постоянно меняющиеся условия деятельности предприятия.

Следовательно, в современных условиях проблема правильного и грамотного проведения реструктуризации, как одного из существенных направлений деятельности любой компании, нацеленной на успешный бизнес, приобретает особую актуальность.

В переводе с английского "реструктуризация" (restructuring) – это перестройка структуры чего-либо. Латинское слово структура (structura) означает порядок, расположение, строение[1]. Главная цель реструктуризации – поиск источников развития предприятия с помощью внутренних и внешних факторов. Внутренние факторы основаны на выработке операционной, инвестиционной и финансовой стратегий создания стоимости за счет собственных и заемных источников финансирования; внешние – на реогарнизации видов деятельности и структуры предприятия.

Необходимость реструктуризации возникает, как правило, в ситуации глубокого кризиса. Реструктуризационные преобразования проводятся также в условиях, когда

текущее положение предприятия можно считать удовлетворительным, но прогнозы его деятельности являются неблагоприятными. В этом случае реструктуризация является инструментом предупреждения негативных изменений, пока они не приобрели необратимый характер. Стимулами к проведению реструктуризации могут стать такие проблемы, как необходимость расширения или изменения сферы деятельности; спад объема продаж и роста накладных расходов; снижение рентабельности производства; слабый контроль выполнения работ; неблагоприятные изменения рыночной конъюнктуры. Тем не менее, реструктуризации могут быть подвергнуты и вполне благополучны, быстроразвивающиеся организации. В этом случае реструктуризация свидетельствует о дальновидности руководства, осознающего, что рост компании требует адекватного изменения системы управления. Причины реструктуризации могут возникнуть как внутри предприятия, так и за его пределами.

Стратегия и тактика экономического развития обычно предполагает проведение реструктуризации предприятия в два этапа:

- оперативной, включающей меры, дающие быстрые результаты, направленные на те участки работы, которые наиболее отзывчивы на корректирующие мероприятия;

- стратегической, предполагающей глубинные преобразования, обеспечивающие долговременное устойчивое развитие, запас прочности при колебаниях внешней конъюнктуры и нарушение равновесия по внутренним для предприятия причинам[2].

На сегодняшний день международная практика и опыт проведения реструктуризации в России свидетельствуют о том, что реструктуризация – это одна из сложнейших управленческих задач. Она не является единовременным изменением в структуре капитала или в производстве. Это процесс, который должен учитывать множество ограничений и специфику того предприятия, в котором он проводится. Следовательно, проводить его необходимо, уже имея четкие цели, концепцию реструктуризации, понимание каждого из ее этапов и методов, с помощью которых необходимо действовать.

Успех и эффективность реструктуризированного бизнеса в существенной степени зависит от целесообразной и адекватной организации проведения реструктуризации, при этом необходимо выделить следующие наиболее важные компоненты: комплексную диагностику компании, на основе которой формируется целостная картина бизнеса предприятия и разрабатывается план, описывающий цели и задачи, решаемые в процессе реструктуризации комплексная диагностика предприятия включает ситуационный, организационно-управленческий, финансово-экономический, производственно-хозяйственный анализ. Этот важнейший этап позволяет сопоставить (а зачастую и модернизировать) миссию, цели, стратегии предприятия с реальными результатами деятельности на рынке и характеристиками внешней среды, оценить использование потенциала предприятии, выявить ключевые проблемы и наметить пути их решения.

Многим из российских предприятий, если они собираются работать по правилам рынка и стремиться к успеху в новых условиях, необходимо выработать новые навыки. В компаниях, где одни и те же люди вынуждены одновременно заниматься работой по различным направлениям, делать это очень трудно. Руководству предприятий рано или поздно придется принять решение о реструктурировании предприятия. Прежде чем он потребует и какими будут затраты, и представить, каким должен быть результат.

Таким образом, очень важно, чтобы процесс реструктурирования был, в конечном итоге, направлен на то, чтобы не только каждое звено бизнеса действовало продуктивно, но и на то, чтобы вся система была нацелена на получение максимального эффекта мультипликации, т.е. эффекта, который невозможно получить каждому в отдельности, но реально достичь за счет совместных усилий, организованных оптимальным образом[3].

Список литературы и источников:

1. Реструктуризация в системе методов и инструментов промышленного менеджмента: монография / Е.А. Григорьева [и др.]. Краснодар: Краснодарский кооперативный институт, 2010. 10 п.л. (авт. – 2,5 п.л.)
2. БелыхЛ.П. Реструктуризацияпредприятия. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 511
3. Учебник. - 2-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. Э.М. Короткова. - М.: Инфра-М, 2010.
4. ФатхутдиновР.А. Управлениеконкурентоспособностьюорганизации: учеб. – М.: Маркет ДС, 2008. – 432 с.

А.В. ПЕТРИВСКАЯ
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
Ю. Е. СТУКОВА
канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента НЧОУ ВПО
«Кубанский социально-экономический институт»

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТРУДА

Аннотация. В статье рассматриваются особенности изучения мотивации работников интеллектуального труда и воздействия различных факторов на их работоспособность.

Ключевые слова: мотивация, работники интеллектуального труда, тренинг, семинар, коучинг.

Annotation. The article deals with features of studying of motivation of workers of intellectual work and impact of various factors on their working capacity.

Keywords: motivation, workers of intellectual work, training, seminar, coaching.

В современной экономике знания являются ключевым источником создания и поддержания конкурентных преимуществ компании. Вместе с тем, сегодня, очевидно, что человеческие ресурсы компании, т.е. ее сотрудники, являются ценнейшим активом современных организаций. В свете этого особый интерес представляет феномен так называемых работников интеллектуального труда (РИТ) – сотрудников компаний, знания и навыки которых являются основным «инструментом» их трудовой деятельности. Проблема изучения работников интеллектуального труда, особенностей их мотивации и воздействия различных факторов на их работоспособность занимала исследователей всегда.Большой вклад в понимание сущности и развитие работников интеллектуального труда внес и наш великий соотечественник Саймон (Семен) Кузнец. Интересный и творческий подход к изучению данной проблемы можно встретить в работах Т.Е. Андреевой, Л.Г. Зубовой, В.Л. Иноземцева, Е.П. Ильина и др.

В связи с этимраскрытие особенностей мотивации работников интеллектуального труда в экономической среде и, в частности, в компаниях является актуальным вопросом. Прежде чем обсуждать особенности мотивации работников интеллектуального труда, необходимо прояснить, кого же можно отнести к этой группе? В первую очередь, к РИТ относят тех специалистов, в работе которых «интеллектуальные усилия более важны, чем физические». Эти люди ориентированы на оперирование в своей работе информацией и знаниями, их профессиональная деятельность не зависит от собственности на средства и условия производства. Интеллектуальные работники идентифицируют себя скорее с профессией, нежели с конкретной организацией или рабочим местом. Им присуща значительная социальная мобильность. Многие из них определяют свои наиболее принципиальные интересы не в терминах максимизации личного богатства, а в категориях собственного интеллектуального роста и развития. Именно поэто-

му многие руководители для повышения производительности своих компаний и организаций создают мотивационную сферу для РИТ.

Мотивационная сфера работника интеллектуального труда – это не простая иерархия потребностей и мотивов, а иерархия реализуемых работником видов интеллектуальной деятельности, мотивов и условий, целей и средств, планов и результатов, норм контроля и оценки. Не раз отмечавшееся многими исследователями, начиная с Ф. Гальтона, сходство между выдающимися людьми разных профессий и видами занятий, наводит на мысль о том, что для любого профессионала высокого класса то, чем он занимается, становится смыслом и целью жизни. Значимая деятельность, превращаясь в самостоятельную личностную ценность высокого ранга, порождает сходные психологические феномены в виде высокой работоспособности, увлеченности и преданности делу, невнимания к другим сторонам жизни.

Все эти обстоятельства обусловливают тот факт, что управлять такими работниками, следуя лишь традиционным принципам менеджмента, практически невозможно. И здесь на первый план выходит система развития, которая способна удержать интеллектуальных сотрудников и повысить производительность компании в целом.

Особую значимость в системе развития интеллектуальных работников как в управленческой задаче придает два фактора: необходимость повышения производительности «интеллектуального ресурса» компании и особенности внутренней мотивации самих работников.

Особое внимание следует уделить внутренней мотивации РИТ. Многие исследования показывают, что акценты во внутренней мотивации интеллектуальных работников значительно отличаются от акцентов в мотивации традиционных сотрудников. Все как будто переворачивается с ног на голову. Наиболее значимым мотивом становится стремление к новому: новому опыту, новым задачам. При этом на второй план уходят такие традиционные мотиваторы как: материальное и нематериальное вознаграждение, комфортность рабочего места, график работы. Развитие становится основой внутренней мотивации работников интеллектуального труда.

Интересные результаты получены в ходе социологического опроса, в процессе которого сотрудникам некоторых компаний г. Славянска-на-Кубани был задан вопрос: «Что для вас, как для работников интеллектуального труда, является главным мотиватором к труду?». Выяснилось, что из 75 опрошенных, наиболее важным мотиватором для РИТ является возможность к саморазвитию – 24%. Другим не менее важным мотиватором оказалась возможность продвигаться по карьерной лестнице – 21%, наличие необходимых ресурсов – 18%, материальное вознаграждение – 15% и лишь малая доля работников определила для себя такие главные мотиваторы труда, как хорошее отношение в коллективе – 9% и стабильность – 5%. На основании полученных результатов можно заключить, что наиболее значимым фактором для мотивации работников интеллектуального труда является создание условий для саморазвития, построение системы для их совершенствования.

Таким образом, зная главные мотиваторы РИТ, можно выявить основные особенности развития интеллектуальных сотрудников.

В первую очередь можно сказать о том, что развитие начинается уже при входе в организацию. В компанию должны попадать только те люди, которые испытывают «жажду нового интеллектуального опыта» и развития. Для этого в процедуру оценки и отбора кандидатов необходимо заложить такие критерии как: успешные примеры учебы в ВУЗе и обучения в других организациях, эффективность самостоятельного обучения и развития, цели профессионального и личного развития на ближайшие 3-5 лет.

Одной из ключевых ценностей организации должен стать принцип «или развиваешься или уходишь». Сотрудники, остановившиеся в своем развитии и значительно потерявшие его динамику, перестают развивать компанию и ее бизнес. Регулярные аттестационные срезы должны помочь своевременно контролировать ситуацию.

Безусловно, в программе развития работников интеллектуального труда должны присутствовать такие традиционные инструменты обучения как: внешние и внутренние семинары и тренинги, которые будут давать возможность таким работникам получать новые знания и совершенствовать старые.

Внутрифирменная карьерная иерархия, основанная на критерии профессионального развития является мощной пружиной, которая способна привести весь механизм развития интеллектуальных сотрудников в действие. С одной стороны, продвигаются только те сотрудники, которые достигли наибольших результатов в профессиональном развитии, а с другой, каждое продвижение дает возможность перейти к решению более сложных и комплексных задач, тем самым стимулируя дальнейшее развитие.

Подводя итог, можно заключить, что все вышеперечисленные принципы работают на один результирующий и самый важный из них – создание условия для саморазвития. Каждый человек индивидуален и сам на подсознательном уровне может определить, какой способ развития для него является наиболее эффективным. Поэтому менеджеры должны создавать дополнительные стимулы и условия для саморазвития, оставляя при этом сотруднику возможность самостоятельно определять, как конкретно он будет это делать. Среди наиболее действенных механизмов создания условий для саморазвития можно назвать: коучинг, обогащение работы и ротации, доступ к мировым ресурсам знаний, в частности интернет, доступ к корпоративной библиотеке, создание внутрифирменной базы знаний, обратная связь по результатам проделанной работы, возможность посещения конференций и профессиональных мероприятий.

Список литературы и источников:

1. Андреева Т. Е. Особенности мотивации работников интеллектуального труда: первичные результаты исследования // Российский журнал менеджмента. – 2010. – Том 8, № 2. – 47–68 с.
2. Депутатова Л.Н. Система мотивации интеллектуального труда работников: Материалы Диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Пермь: ПНИПУ, 2014. – 183 с. – с. 9-18
3. Особенности развития интеллектуальных сотрудников. [Электронный ресурс]: URL: http://www.hr-portal.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ И РЕТРОСПЕКТИВА

Л. ГЕВОРКЯН
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О.В. БЕЛИЦКАЯ
канд. экон. наук, зав. кафедрой экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

К ВОПРОСУ О СТАНОВЛЕНИИ ТЕОРИИ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК

Аннотация. В статье рассмотрена сущность трансакционных издержек и способы их измерения с точки зрения ординалистского и кардиналистского подхода, значение идей Р. Коуза в становлении современных теоретико-экономических воззрений

Ключевые слова: трансакционные издержки, рыночный механизм, теория фирмы, спецификация прав собственности, полезность, контракт.

Annotation. The article deals with the essence of transactional costs and the ways of its measurement from the point of view of ordinalistsky and kardinalistsky approach, value of ideas of R. Kouz in formation of modern teoretiko-economic views is considered

Keywords: transactional costs, market mechanism, firm theory, specification of the property rights, usefulness, contract.

Введение в экономический анализ понятия трансакционных издержек явилось крупным теоретическим достижением. Признание «небесплатности» самого процесса взаимодействия между людьми позволило совершенно по-новому осветить природу экономической реальности. Непринятие значения трансакционных издержек способно привести к неполному пониманию функционирования рыночных структур и, следовательно, к неправильной выработки определенных действий в рыночной экономике. Постулаты теории трансакционных издержек особенно применимы к тем сферам экономической деятельности, в которых велика доля информационной асимметрии, ограниченной рациональности и оппортунистического поведения взаимодействующих сторон. Это, в частности, относится к финансовой деятельности, юриспруденции, торговле.

Большой проблемой при анализе трансакционных издержек является их измеримость. Это очень актуальный вопрос для анализа трансакционных затрат, так как они в значительной части носят вероятностный или неформальный характер и не могут быть учтены в большинстве случаев как издержки, величину которых можно получить из бухгалтерской отчетности. Некоторые исследователи полагают, что затраты, относящиеся к трансакционными издержкам, в принципе неизмеримы. Однако данное утверждение опровергается пусть немногочисленными, но вполне убедительными попытками их измерения.

В экономической литературе можно найти два подхода к проблеме измерения трансакционных издержек. Первый из них – ординалистский − является доминирующим в современной экономической науке. Он основывается на положении, что на практике имеет значение лишь направление изменения уровня издержек.

Ординалистский подход основан на том, чтобы установить отношения предпочтения или безразличия между разными товарами без количественного измерения полезности.

Этот подход можно также назвать относительным. Ординалисты рассматривают отношения предпочтения применительно ко всем товарам, но в целях упрощения обычно берут во внимание комбинации наборов из двух товаров (А и В) и определяют, какой из них дает потребителю большую, а какой – меньшую полезность. Это допуще-

ние исходит из посылки: то, что верно для двух товаров, верно и для любого количества благ. В ординалистской теории используется следующая система координат: суть подхода не изменится, если на одной оси координат откладывать один вид товара, а на другой - все остальные виды.

Ординалистская теория ставит перед собой задачу определить для потребителя такой набор двух благ, который позволил бы ему получить максимум полезности от потребления за ограниченный период. Этот акт выбора имеет две стороны:

- надо учесть желания потребителя, его вкусы и предпочтения;
- надо принять во внимание возможности потребителя с точки зрения его денежного дохода, который всегда имеет ограниченную величину.

Смысл потребительского выбора состоит в том, чтобы желания потребителя совпали с его возможностями. Анализ предпочтений и желаний потребителя в ординалистской теории ведется при помощи кривых безразличия.

Второй подход – кардиналистский − предполагает возможность прямого количественного измерения затрат на трансакции. Такая оценка была проведена некоторыми зарубежными экономистами – Г. Демсецем, Д. Нортом и Дж. Уоллисом, а так же отечественными специалистами – В.Л. Тамбовцевым, В.В. Радаевым, Р.И. Капелюшниковым, В.Е. Кокоревым, Т.П. Скуфьиной. Эти исследователи полагали, что существует ряд трансакционных затрат, которые невозможно измерить, однако другая часть издержек может и должна быть подвергнута количественной оценке [1].

Количественный подход к анализу полезности основан на представлении о возможности измерения различных благ в гипотетических единицах полезности, ютилах.

В частности, предполагается, что потребитель может сказать, что ежедневное потребление им 1 яблока приносит ему удовлетворение, скажем, в 20 ютилов, ежедневное потребление 2 яблок – 38 ютилов, ежедневное потребление 2 яблок и 1 сигареты - 50 ютилов, ежедневное потребление 2 яблок, 1 сигареты и 1 апельсина – 63 ютила и т.д.

Следует подчеркнуть, что количественные оценки полезности того или иного товара или товарного набора имеют исключительно индивидуальный, субъективный характер. Количественный подход не предполагает возможности объективного измерения полезности того или иного товара в ютилах. Один и тот же продукт может представлять большую ценность для одного потребителя и никакой ценности - для другого. В приведенном выше примере речь идет, видимо, о заядлом курильщике, поскольку добавление к 2 яблокам 1 сигареты существенно увеличило полезность товарного набора. Количественный подход обычно не предусматривает также возможности соизмерения объемов удовлетворения, получаемых различными потребителями.

Экономисты неоднократно пытались избавиться от термина «полезность», имеющего некоторый оценочный характер, найти ему подходящую замену. Так, известный русский экономист Н.Х. Бунге предлагал использовать термин «годность».

Другой подход к оценке стоимости трансакций в российской экономике, основанный на сочетании макро- и микроэкономических факторов, разработан В.Е. Кокоревым. В соответствии с данным подходом, на макроуровне трансакционные издержки определяются динамикой товарооборота в национальной экономике, на микроуровне – долей накладных расходов фирм по отношению к остальным статьям себестоимости [1].

В деятельности современных экономических систем высока роль трансакционных издержек. По некоторым экспертным оценкам, в себестоимости готовой продукции трансакционные издержки оформления и реализации сделок составляют до 70%. По другим оценкам, доля трансакционных издержек в рыночной экономике составляет в среднем 50-60% чистого продукта [2].

По оценкам экспертов, удельный вес трансакционных издержек в совокупных затратах фирмы при их функционировании на традиционных рынках ниже чем при выходе на новые рынки сбыта – увеличиваются от 1,5-5% до 10-15%. Основная причина

роста трансакционных издержек в развитых странах обусловлена увеличением количества потенциальных субъектов хозяйственных связей. Вместе с увеличением числа осуществляемых ими актов передачи прав собственности растет роль и количество труднодоступной информации, связанной с ними. В то же время, в странах с переходной экономикой высокий уровень трансакционных издержек обусловлен также и тем, что в них до сих пор еще не отработан механизм взаимодействия между государственными органами и субъектами предпринимательства – не до конца сформированная институциональная среда переводит исследования в среду внутрифирменных трансакций.

Для макроэкономического исследования трансакционных издержек Дж. Уоллис и Д. Норт предложили использовать понятие трансакционного сектора [3]. Они включили в этот сектор оптовую и розничную торговлю, страхование, банковский сектор, операции с недвижимостью, затраты на аппарат управления в других отраслях, затраты государства на судебную и правоохранительную деятельность. Авторы провели исследование динамики изменения размеров трансакционных издержек в экономике США за период с 1870 по 1970 годы. Было выявлено, что использование ресурсов трансакционного сектора выросло с 23% ВНП в 1870 году до 45% ВНП в 1970 году [4].

Набольшую долю трансакционных издержек составляют издержки по поиску информации.

Классическое определение трансакционных издержек дал Т. Эггертссон: «в общих словах трансакционные издержки - суть затраты, возникающие, когда индивиды обмениваются правами собственности на экономические активы и обеспечивают свои исключительные права». Р. Метьюз предложил следующее определение: «Фундаментальная идея трансакционных издержек в том, что они состоят из издержек составления и заключения контакта, а также издержек надзора за соблюдением контракта и обеспечения его выполнения в противоположность производственным издержкам, которые суть издержки собственно выполнения контакта» [3].

Эти определения позволяют выделить три ключевые зависимости трансакционных издержек от параметров экономических систем. Согласно Эггертссону, трансакционные издержки прямо пропорциональны количеству экономических агентов, заключающих контракты между собой. А в соответствии с определением Р. Метьюза, трансакционные издержки обратно пропорциональны количеству заключенных контактов и установленных норм, обеспечивающих выполнение данных контактов.

Для российской экономики метод определения трансакционных затрат был предложен В.Л. Тамбовцевым. Он разделил такие издержки на имеющие производительный, то есть общественно полезный характер, и непроизводительные издержки, приводящие «к потерям в благосостоянии общества» [2]. Примером производительных издержек являются затраты на спецификацию и защиту прав собственности. Непроизводительные трансакционные издержки делятся на три группы затрат, связанных с:

- получением доступа к ресурсам и правам собственности на них;
- получением права на осуществление хозяйственной деятельности;
- поддержанием деловых отношений и применением санкций.

Исходные данные для количественной оценки перечисленных видов издержек по предложенной методике могут быть получены из опросов предпринимателей, а также из анализа судебных дел по экономическим преступлениям.

Главной трудностью в теории трансакционных издержек, с которой сталкиваются ученые, до сих пор остается проблема относительно четкой оценки и измерения трансакционных издержек. Трудности эти возникают как на методологическом, так и на статистическом уровнях. На методологическом уровне – это, в первую очередь, правильное разграничение и выделение трансакционных издержек из различного рода расходов. На статистическом уровне – проблемы другого характера, а именно: статистические системы разрабатывались и внедрялись на принципах классического и неоклассического экономического подходов к анализу институтов, и, следовательно, используе-

мый ими аппарат и его результаты зачастую оказываются не достаточно объективны для использования в исследованиях теории трансакционных издержек. Поэтому, на данном этапе развития, теория трансакционных издержек концентрируется на выявлении воздействия и взаимосвязи трансакционных издержек на те или иные процессы и институты, в тоже время не прекращая искать более эффективные методы оценки и измерения трансакционных издержек.

Поскольку этот вид затрат включает любые необходимые затраты ресурсов, которые не направлены непосредственно на производство экономических благ, но обеспечивают успешную реализацию данного процесса, их часто сравнивают с затратами энергии на преодоление силы трения, которая не является целью работы, скажем, часового механизма. Но если проблему трения не решить, то часы остановятся.

Трансакции могут быть как внутрифирменные, так и рыночные. Рыночные трансакции, представляют собой сделки, в ходе которых право собственности на экономическое благо меняет хозяина. При внутрифирменных трансакциях экономическое благо не меняет верховного собственника. Тем не менее, благо переходит из рук в руки. Рыночные и внутрифирменные трансакции часто являются альтернативами друг другу. Открытие подлинного значения феномена трансакционных затрат, сделанное в 1937 году американским экономистом Рональдом Коузом, изменило представление ученых о рыночной экономике и предопределило направление последующего развития экономической науки, во многом повернув ее лицом к практике [4].

90-е гг. XX в. принесли успех экономистам на пути исследования рынка, собственности, фирмы, корпорации. Образовался своеобразный синтез неоклассики и институционализма, «чистой» теории и прикладных разработок, макро- и микроэкономического анализа. Быстрое внедрение в практику теоретических результатов заставляет повторить слова одного из выдающихся физиков: «Нет ничего практичнее хорошей теории». Мир экономистов заговорил о новой парадигме в науке, способной определить как будущее самой экономики, так и ее применение в самых различных областях хозяйства.

Рональд Коуз получил Нобелевскую премию «за пионерные работы по проблемам трансакционных издержек и прав собственности» в весьма преклонном возрасте – 80- летний профессор Чикагского университета уже более 10 лет как вышел в отставку. Родился он в 1910 г. в Великобритании, закончил Лондонскую школу экономики. Переехав в США, работал в Вирджинском и Чикагском университетах.

Труды Коуза служат блестящим опровержением тому, казалось бы, неопровержимому мнению, что успеха в экономических исследованиях можно добиться, только применяя математические методы, конструируя многофакторные модели. В трудах Коуза нет формализованных моделей, математических выкладок или хотя бы графиков и диаграмм. Однако они (всего три статьи, опубликованные в 1937, 1946 и 1960 гг.) произвели переворот в видении экономической действительности, послужили источником парадигмальных изменений в современном экономическом анализе, породили целый ряд бурно развивающихся научных концепций.

Далеко не сразу идеи Коуза были поняты и приняты. Опубликованная в 1937 г. статья «Природа фирмы» не произвела в свое время никакого впечатления.

Коуз помещал проблему в сравнительно-институциональную перспективу, противопоставляя два возможных способа координации – децентрализованный, присущий рынку, и централизованный, характерный для сознательно управляемых организаций. По его мнению, соображения экономии трансакционных издержек являются решающими при выборе организационной формы и размеров фирмы. Любая хозяйствующая единица стоит перед выбором: что для нее дешевле и лучше – взять эти издержки на себя, покупая необходимые товары и услуги на рынке, или же остаться свободной от них, производя те же товары и услуги собственными силами. Именно стремлением избегать издержек по заключению сделок на рынке можно, по мысли Коуза, объяснить

существование фирм, в которых распределение ресурсов происходит административным путем (посредством приказов, а не на основе ценовых сигналов). Фирмы, согласно его теории, возникают в ответ на дороговизну рыночной координации и в мире без трансакционных издержек были бы излишни. В пределах фирм сокращаются затраты на ведение поиска, отпадает необходимость частого перезаключения контрактов, деловые связи приобретают устойчивость. В той мере, в какой административный контроль обеспечивает экономию трансакционных издержек, организация вытесняет рынок.

Но тогда возникал обратный вопрос: зачем нужен рынок, если вся экономика может быть организована наподобие единой фирмы? Ответ Коуза состоял в том, что административный механизм также не свободен от издержек, которые нарастают по мере увеличения размеров фирмы (потеря управляемости, бюрократизация и т.п.). Поэтому ее границы будут проходить там, где предельные издержки, связанные с использованием рынка, сравниваются с предельными издержками, связанными с использованием иерархической организации.

Работа Р.Коуза открыла совершенно новую область экономических исследований. На заложенной им теоретической основе выросла целая группа концепций, развивающих идеи трансакционного подхода и направленных на более полное и глубокое осмысление феномена фирмы.

Список литературы и источников:

1. Самоволева С.А. Совершенствование экспертизы инновационных проектов: учет трансакционных издержек [электронный ресурс]. URL: http://riep.ru/lib/getfile.php?t=p&n=88000035
2. Попов, Е. Трансакционная функция /Е. Попов // Общество и экономика / Междунар. ассоц. Рос. акад. наук.-М., 2007. – №9-10. – С. 212-224.
3. Тамбовцев В.Л. Расчет потерь общества от существования административных барьеров ведения хозяйственной деятельности [электронный ресурс]. URL: http://www.smb.ru/analitics.html?id=lost.
4. Микроэкономика: практический подход: учебник / под редакцией А.Г.Грязновой и А.Ю.Юданова 2011г. – 522 С.

В. ОСТАПЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.В. ФОМЕНКО
канд.географ.наук, доцент кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

СИНТЕЗ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье проведен анализ наиболее типичных проблем современной логистики. Логистика присутствует почти во всех сферах экономической деятельности. Логистический подход требует новой методологии, методов и моделей описания объектов и принятия управленческих решений при синтезе логистических систем применительно к специфике рыночных преобразований в России.

Ключевые слова: логистический подход, синтез логистических систем, материальные потоки.

Annotation. The article analyzes the most common problems of modern logistics. Logistics is present in almost all areas of economic activity. Logistical approach requires a new methodology, methods and models used to describe objects and management decisions in the synthesis of logistics systems applied to the specifics of the market reforms in Russia.

Keywords: logistical approach, the synthesis of logistics systems, material flows.

В последние годы в развитых странах произошел целый ряд преобразований, позволяющих добиться повышения эффективности общественного воспроизводства за

счет сокращения затрат в сфере обращения. Эти преобразования связаны, в первую очередь, с внедрением в практику хозяйствования новых технологий доставки товаров, базирующихся на концепции интеграции материально-технического обеспечения, транспорта, а также развития новейших технических средств. Такая концепция интеграции с применением информационных систем получила название «логистика» [3].

Логистика присутствует почти во всех сферах экономической деятельности. При переходе к интенсивному пути развития и радикальным мерам по перестройке хозяйственного механизма в нашей стране значение логистики многократно возрастает, она стала активно применяться в период второй мировой войны, и прежде всего в материально-техническом снабжении армии США на европейском театре военных действий. Четкое взаимодействие военной промышленности, тыловых и фронтовых снабженческих баз и транспорта позволило своевременно и систематически обеспечивать американскую армию поставками вооружения, горюче-смазочных материалов и продовольствия в необходимых количествах[4].

Вот почему во многих западных странах логистику поставили на службу эффективности управления материальными потоками в экономике. Как и другие методы прикладной математики (исследование операций, математическая оптимизация, сетевые модели и т.д.), логистика постепенно стала переходить из военной области в сферу хозяйственной практики. Первоначально она оформилась как новый вид теории о реализации управления движением товарно-материальных ресурсов в сфере обращения, а затем и производства. Таким образом, возникшие в странах с рыночной экономикой еще накануне и в период экономического кризиса 1930-х годов идеи интеграции снабженческо-производственно-распределительных систем, в которых бы увязывались функции снабжения материалами и сырьем, производства продукции, ее хранения и распределения, трансформировались в самостоятельные направления научных исследований и форму хозяйственной практики – логистику[7].

Логистический подход требует новой методологии, методов и моделей описания объектов и принятия управленческих решений при синтезе логистических систем применительно к специфике рыночных преобразований в России.

Если рассмотреть круг проблем, которые затрагивает логистика, то общим для них будут вопросы управления материальными и соответствующими им информационными потоками. Сегодня к логистике относят управление людскими, энергетическими, финансовыми и иными потоками, имеющими место в экономических системах. В связи с этим выделим наиболее актуальные проблемы логистики сегодня.

Спрос на логистические услуги в России с каждым годом растет. Это вызвано ростом экономики и усилением конкуренции на потребительских и промышленных рынках. Логистику в целом можно подразделить на транспортную и складскую. Транспортная логистика обеспечивает доставку грузов различными видами транспорта (железнодорожным, авиационным, автомобильным и речным). Ведь часто бывают случаи, когда нужны услуги не одного вида транспорта, а нескольких. Так одной из основных проблем в логистике является неразвитость транспортной инфраструктуры. Правда, со временем эта проблема будет решаться, ведь ею озаботились не только на местах, но и в федеральном правительстве. Однако пока транспортникам приходится обходится имеющимися средствами [9].

Еще одна проблема – административная. Суть ее в том, что сейчас в региональных правительствах нет отдельной структуры, которая занималась бы только вопросами логистики. Профильные региональные ведомства больше озабочены вопросами общественного транспорта, безопасности дорожного движения, ремонта дорог, а проблемам транспортно-логистического комплекса на практике серьезного внимания не уделяется. Это ведет к дальнейшей деградации транспортно-логистической инфраструктуры и сдерживанию развития логистического бизнеса. В связи с этим планируется соз-

дание в структурах региональных правительств отдельных ведомств, занимающихся вопросами логистики.

Кадровый вопрос, которому уделяется много внимания, пока решается достаточно просто – в логистику идут представители близких профессий. Так, логистами становятся железнодорожники, работники авиационной и автомобильной сфер, менеджеры различной направленности [1]. Если с работниками старшего звена все обстоит более-менее благополучно, то в среднем звене ситуация хуже – трудно найти грамотного кладовщика или бригадира. Проблема здесь в том, что люди с высшим образованием и опытом работы претендуют на более высокие должности, а система среднего специального образования пока не дает необходимого количества таких кадров. Выход один – растить специалистов внутри компании.

Еще одна острая проблема – использование устаревших, а точнее, неприменение современных технологий, таких, как штриховое кодирование, режим реального времени, волновая обработка, специализированные автоматизированные системы обработки товаров. В то время, как рынку сегодня нужны высококачественные услуги, оказываемые на больших объемах логистических операций.

Также существует проблема так называемая «детская болезнь» руководства. Многие руководители не имеют четкого представления о том, какое место занимает логистика в структуре компании. Например, тяжело бывает объяснить производителям, что нужно каждую единицу товара обеспечить этикеткой с указанием его кода (желательно уникального – скажем штрих-кода). Отсутствие этикетки приводит к проблеме идентификации, нарушающей слаженную работу склада.

Еще одна проблема: в компании, выросшей из малого бизнеса, часто все занимаются всем, и найти ответственных невозможно, то есть отсутствует структуризация, при которой определенные отделы несут строгую ответственность за выполнение узкого круга задач или даже отдельных процессов. Нередко на предприятии вообще не существует детализированной системы учета затрат на логистику (транспортные, складские расходы и пр.).

Часто отсутствует понимание, зачем предприятию нужно дорогое программное обеспечение для управления складом. Есть и целый круг проблем, связанных непосредственно с выбором и внедрением информационной системы, поскольку слабо развит рынок, да и число компаний-интеграторов невелико.

Компания-интегратор – это предприятие, которое специализируется на создании информационных систем, структурированных кабельных систем (СКС), систем видеонаблюдений, различных сигнализаций, систем доступа, центров обработки данных и прочих систем. Они проектируют и создают системы с использованием различной продукции компаний-производителей (вендоров). Сами они ничего не производят. Их работа носит объединяющий характер, поэтому они называются «интеграторы».

Отдельная проблема – некорректные действия внедренцев, которые, не изучив как следует состояние бизнес-процесса, пытаются навязать свою систему. Основной же проблемой российских предприятий в области логистики остается отсутствие знаний. Поэтому главная задача – найти достойных «воспитателей», которые терпеливо поведут ее по пути конструктивного развития, опираясь на лучший мировой опыт[6].Что касается логистики в целом, непонимание руководством реальных проблем собственного предприятия (или их причин) и попытка внедрить стандартную «модную» информационную систему либо скопировать организацию склада другой компании. Нельзя забывать, что решение логистической проблемы – это всегда комплекс мер, включающих реорганизацию склада, логистики, внедрение системы управления складом, обучение персонала и т.п.

Наиболее эффективным подходом во всем мире считается проведение анализа проблем, текущих форм и алгоритмов работы и выработка целей изменений (часто за счет привлечения внешнего консалтинга). После этого определяются меры достижения

целей и решения конкретных проблем. На российских предприятиях этому не уделяют внимания. В результате – разочарование, а также чрезмерные затраты, связанные с эксплуатацией складского хозяйства. В России все эти проблемы решаемы, но пока процесс идет медленно[8] .

Логистика является сравнительно молодой наукой, поэтому многие вопросы, относящиеся к понятийному аппарату и терминологии, с развитием рыночных отношений постоянно уточняются и изменяются, наполняясь новым содержанием. Так, например, на сегодняшний день в отечественной литературе насчитывается свыше трех десятков различных определений логистики.

Однако в своей основе логистика не является феноменом совершенно новым и не известным на практике. Проблема рационализации всегда была предметом пристального внимания. Новизна логистики состоит, во-первых, в смене приоритетов в хозяйственной практике предприятий. Во-вторых, новизна заключается во всестороннем комплексном подходе к вопросам движения материальных ценностей в процессе воспроизводства.

Таким образом, логистика предполагает согласование процессов, связанных с материальными и информационными потоками, производством, менеджментом и маркетингом, а также предполагается использование компромиссов в хозяйственной практике[2].

В результате при движении потоков нередко достигаются прямо противоположные цели участников логистической цепочки, что свидетельствует о выполнении логистикой функции сбалансирования, оптимизации и координации различного рода отношений позволяет отходить от обособленного управления различными функциями товародвижения и осуществлять их интеграцию[5]. Это приводит к получению общего результата деятельности, который во много раз превосходит сумму отдельных эффектов.

Список литературы и источников:

1. Аникин Б. А. Коммерческая логистика: учеб. – М. ТК Велби, изд-во Проспект, 2008. – 432 с.
2. Васильев Г.А. –Логистика. М. Экономическое образование, 2009.
3. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник. – М. Маркетинг, 2008.
4. Залманова М.Е. Логистика: Учеб.пособие. – Саратов: СГТУ, 2009.
5. Колобов А.А., Омелъченко ИМ. Основы промышленной логистики: Учеб.пособие. – М. МГТУ,2008.
6. Леншин И.А., Смоляков Ю.И. Логистика. Ч. 1–2. — М.: Машиностроение, 2007.
7. Новиков О.А Логистика: Учеб.пособие. – СПб. СЭПИ, 2007.
8. Журнал «Большой сборник услуг», №19, 2008.

Д.Р. АЛИХАНОВА
г. Актау, Р. Казахстан
П.Р. АЛИХАНОВА
ФГБОУ ВПО «Краснодарский государственный университет культуры и искусств»
Е.В. ФОМЕНКО
канд.географ.наук, доцент кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития экологического туризма в Краснодарском крае. Принципом экотуризма является сохранение природных ресурсов. Экологический туризм выражается в активном времяпрепровождении человека в природной среде не только с использованием ее рекреационных, познавательных и иных возможностей, но и с учетом их сохранения и приумножения, как на сознательном, так и на практическом уровне.

Ключевые слова: экологический туризм, перспективные направления, окружающая среда.

Annotation. The article deals with the prospects for development of eco-tourism in the Krasnodar region. The principle of eco-tourism is the preservation of natural resources. Ecotourism is expressed in active pastime person in the environment not only with its recreational, educational and other opportunities, but also with regard to their conservation and enhancement, both conscious and on a practical level.

Keywords: eco-tourism, promising directions, environment.

Человек тесно связан с окружающей средой, но некоторые виды деятельности вызывают ее глобальные изменения. С каждым годом человечество чаще задумывается о сохранении природных богатств и грамотном их использовании. Экологический туризм начал развиваться в конце 60-х. Принципом экотуризма является сохранение природных ресурсов. Вместо потребительского отношения (вырубки лесов, добычи ископаемых и т.д.) извлечение материальных благ идет без каких-либо изменений окружающей среды. В некоторых странах туризм является одной из важнейших сфер экономики и обеспечивает значительную часть национального продукта и множество рабочих мест, экотуризм активно развивается и считается одним из самых перспективных. Например, страна Коста-Рика, является лидером мирового экологического туризма. В переводе Коста-Рика означает «богатый берег». Коста-Рика популярна - прекрасными пляжами, тропическими лесами, горами, реками, национальными парками, пещерами, водопадами. А главный источник дохода – экологический туризм. Жителям использовали природные богатства для получения материальных благ. На полученные деньги постепенно строилась инфраструктура (отели, дороги, рестораны), а граждане страны получали необходимое образование. Таким образом, При этом такое использование не является потребительским, ведь туризм не наносит вред окружающей среде. Коста-Рика – одна из самых стабильных и социально-благополучных стран региона, и все это благодаря экологическому туризму. [1]

Экологический туризм – выражается в активном времяпрепровождении человека в природной среде не только с использованием ее рекреационных, познавательных и

иных возможностей, но и с учетом их сохранения и приумножения, как на сознательном, так и на практическом уровне.

Основная идея экологического туризма – это, прежде всего, забота об окружающей природной среде, которую используют в туристских целях. Именно такое использование богатств природы в сочетании с воспитанием любви к ней, утверждением важности ее защиты и является отличительной чертой экологического туризма. Экологический туризм призван:

- постоянно, систематически и целенаправленно культивировать критерий равновесия окружающей нас природной среды;
- гармонизировать отношения между экологией, обществом и экономикой;
- ориентировать турорганизации на сохранение и приумножение потребительной стоимости природной среды за счет выделения части туристских доходов на решение связанных с этими задачами;
- подчинять кратковременные интересы получения прибыли от туризма долговременным интересам сохранения природы для будущих поколений, а также для дальнейшего развития туризма;
- формировать у туристов чувство личной ответственности за состояние природы и ее будущее, утверждая в их сознании принадлежность к ней в качестве ее органической части.

Российская действительность в двадцать первом веке предоставляет достаточное количество убедительных фактов, свидетельствующих о том, что экологический туризм начинает привлекать интерес и обретает почву под ногами в нашей стране.[2]

В список мирового наследия ЮНЕСКО входит пять российских природных объектов: девственные леса Коми, озеро Байкал, вулканы Камчатки, золотые Алтайские горы, Западный Кавказ. В этих регионах именно экотуризм может помочь охране природы, росту занятости населения и социально-экономическому развитию. Помимо этого, в России достаточно и других, привлекательных для экотуризма уголков.[3]

Развитие экологического туризма в России, при наличии мощной экологической туристской базы, сдерживается, в основном, экономическими и организационными причинами. К числу экономических причин относятся:

- отсутствие необходимого первоначального капитала для финансирования работ по созданию экологических центров, которые приступили бы к проработке всего комплекса вопросов, относящихся к формированию целевых программ экологических путешествий;
- незначительность инвестиций в инфраструктуру экологического туризма, что сказывается на состоянии гостиничного, транспортного обслуживания туристов;
- отсутствие средств на проведение рекламной кампании в целях привлечения внимания потенциальных туристов к посещению хотя бы тех территорий, которые располагают какой-либо инфраструктурой для приема, размещения и обслуживания гостей.

К организационным причинам можно отнести:

- ограниченность туристических маршрутов в местах экологического туризма и их слабая обустроенность;
- отсутствие специализированных турорганизаций в сфере экологического туризма;
- бюрократические запреты и ограничения на посещение экотуристами привлекательных в природном отношении мест в основном вследствие неразработанности механизма взаимодействия администрации особо охраняемых природных территорий с организаторами экотуристских путешествий и экскурсий;
- скромный набор рекреационных услуг для туристов;
- отсутствие рекламы экотуризма;

- ограниченное число квалифицированных специалистов в области экотуризма, способных взять на себя разработку, организацию и проведение экологических туров;

- отсутствие необходимой законодательной базы экотуризма.[2]

Мероприятия в области экологического туризма, а также продвижением идей экотуризма в России осуществляется:

– русским географическим обществом, основанным в 1845 году. В настоящее время Русское географическое общество продолжает следовать славным традициям, заложенным его основателями. Общество объединяет 75 региональных отделений по всей стране, в которых трудятся специалисты в области географии и смежных наук, а также энтузиасты–путешественники, экологи, общественные деятели;

– ассоциацией Экологического Туризма, созданной при поддержке Министерства Природных Ресурсов РФ. Ассоциация Экологического Туризма была создана в 2001 году по инициативе Фонда развития экотуризма «Дерсу Узала» и при финансовой поддержки USAID и WWF. Ассоциация экологического туризма России – член всемирной Ассоциации экологического туризма TIES;

– фондом развития экотуризма «ДЕРСУ УЗАЛА». Эта российская неправительственная организация была созданная в 1998 г. в рамках природоохранных проектов Американского Агентства международного развития (USAID) и Всемирного Фонда дикой природы (WWF) при поддержке Российского отделения Международного Союза охраны природы (МСОП) и Центра делового сотрудничества Корпуса граждан за демократию (CSD);

– интернет-клубами и туристскими организациями муниципальных образований и городов.[4]

Классификация основных существующих и перспективных направлений развития экологического туризма в Краснодарском крае представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Классификация основных существующих и перспективных направлений развития экологического туризма в Краснодарском крае [3].

Оздоровительный экологический туризм предполагает восстановление внутренних сил человека с использованием природных ресурсов - приморского отдыха, приема бальнеологических процедур, физической реабилитации, а также организации отдыха для пенсионеров и молодежи.

Образовательный предусматривает использование природных ресурсов в учебно-воспитательных целях в виде посещения тематических парков, экскурсионной работы, организации полевых исследований, экспедиций, а также вовлечение в сохранение археологического наследия региона.

Приключенческий направлен на удовлетворение потребности в выбросе адреналина через организацию в природных условиях соревнований по различным, в том чис-

ле экстремальным, видам спорта, проведение трофейных мероприятий и различных школ выживания.[5]

Краснодарский край один из экологически чистых районов в России, с богатыми природными ресурсами, культурно-этнографическими особенностями и мягким климатом.

Экотуризм в крае быстро развивается и становится очень популярным среди городских жителей Кубани.

С отдыхом на природе можно совместить велопутешествия, конные прогулки, рыбалку, сплав по рекам.

Охотничье-рыболовецкая база отдыха «Кубанский хутор» подарит своим посетителям драгоценные моменты общения с растительным и животным миром благодатной Кубани. Пожить несколько дней на природе, в сельской местности, услышать крик петуха на заре, попить парного молочка, попробовать и приобрести экологически чистую продукцию Казачьей лавки «Кубанского хутора».

Примерные направления экотуризма в Краснодарском крае:

– Крабовое ущелье в Лазаревском – обитель пресноводных крабов;

– Змеиное озеро в Анапе – водоем в окружении можжевельника и Кавказских гор;

– Река Псезуапсе в Лазаревском – природная достопримечательность Сочи в горах Кавказа;

– Гора Агепста в Сочи: история борьбы за пальму первенства;

– Крепость из фильма «Грозовые ворота» в Геленджике;

– Водопад Куаго в Геленджике – нетронутая экзотическая красота природы Краснодарского края;

– Дольмены Краснодарского края: Долина дольменов Солохаула в урочище Три Дуба;

– Бюветы минеральных вод в Анапе: зеленый туризм и удовольствие от лечения;

– Парк Южные Культуры в Адлере – заброшенный парк, но с изюминкой;

– Природные достопримечательности Туапсе: гора Индюк – место для скалолазов и экотуристов;

– Памятник Д.С. Калинину в Анапе – монумент русскому герою, воздвигнутый фашистом;

– Лабинск – бальнеологический курорт на Кубани;

– Гора Агепста в Сочи: карстовый ледник и другие природные достопримечательности [4].

Важнейшей задачей на современном этапе развития экологического туризма в Краснодарском крае является выработка корпоративной культуры, этики, правил поведения, определенного стиля организации и уровня общения.

Оценка туристического потенциала позволяет выделить ряд рекомендаций по повышению туристического потенциала территории Краснодарского края:

1. Повышение уровня привлекательности объектов, за счет их обустройства: оборудование маршрутов, установка урн, разъясняющих указателей. Не допускать загрязнения территории и актов вандализма.

2. Совершенствование законодательной системы. Разработка местных законопроектов регулирующих нормативно-правовую базу развития экотуризма.

3. Определение норм предельно допустимых нагрузок, для каждого объекта.

4. Разработка и внедрение правил посещения объектов экотуризма.

5. Направление части средств от туристической деятельности на социальные нужды и природоохранные мероприятия.

6. Внедрение волонтерского движения при обустройстве объектов и организации экотуров. Здесь можно использовать опыт отечественных и зарубежных особо охраняемых

природных территорий по привлечению волонтеров через средства массовой информации, Интернет.

7. Разработка туров, с обязательным включением эколого-познавательного элемента, повышающего уровень экологического сознания туристов и воспитания подрастающего поколения.

8. Экономическое стимулирование местных жителей, за счет получения доходов от экотуризма, направленное на его дальнейшее развитие и охрану окружающей природной среды.

9. Организация и проведение экотуров местными специалистами, знающими всю специфику объекта экотуризма. С использованием опыта зарубежных территорий. Что позволяет достичь качественного уровня туристического продукта и профессионального подхода к подаче информации.

10. Привлечение местной рабочей силы, ресурсов и продукции, с целью повышения уровень жизни и трудоустройством населения [1].

На территории края находится 1 заповедник, 1 национальный парк, 407 памятников природы и 18 заказников [2].

Эколого-туристского потенциала Краснодарского края показал, что природные ресурсы и условия достаточно благоприятны и имеют хорошие перспективы для развития разных видов экологического туризма в течение всего года. Эффективное развитие экологического туризма на территории Краснодарского края затрудняет ряд проблем общего характера на федеральном и региональном уровнях.

Экологические туры научного и познавательного направления не пользуются достаточной популярностью, ввиду существования ряда факторов, одним из которых является отсутствие мотива совершить такого рода поездку. В связи с этим нами были разработаны рекомендации по повышению туристического потенциала территории Краснодарского края и мотивации интереса к развитию экологического туризма.

Развитие экологического туризма в Краснодарском крае поможет сохранить природную красоту уникальных территорий; снизить прессинг на природную среду в целом; повысить грамотность населения и других природопользователей в части эксплуатации природной среды, а также увеличить объем знаний у школьников и опыт общения с природой; повысить эффективность деятельности госструктуры в области контроля и профилактики экологических правонарушений; создать и систематически пополнять базы данных о состоянии природной среды, экологических нарушениях природопользователями [5].

Для того чтобы экологический туризм развивался в соответствии с международными принципами, в рамках концепции устойчивого туризма в Краснодарском крае, нужна координация действий на всех уровнях. Только объединение усилий, единство рекламной и маркетинговой политики, выработка корпоративной этики, единых стандартов обслуживания и организации туризма на особо охраняемых природных территориях обеспечат успешную реализацию всех намеченных мероприятий. Развитие деятельности по экологическому туризму должно координироваться на федеральном уровне и уровне региональных ассоциаций заповедников.

Важнейшей задачей на современном этапе развития экологического туризма в Краснодарском крае является выработка корпоративной культуры, этики, правил поведения, определенного стиля организации и уровня общения.

Список литературы и источников:

1. Еремина И.А. Экологический туризм: проблемы развития в России// Российское предпринимательство. – 2007. – № 8 Вып. 1 (95). – с. 164-168.

2. Кружков Д. А., Алексанянц Г. Д., Ахметов С. М., Журнал Физическая культура, спорт – наука и практика, (3)2013, 07 сентября 2013, стр. 2-4

3. Экологический туризм [Электронный ресурс] http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/64-ekologicheskij-turizm

4. Интернет-журнал «Лесопромышленник» [Электронный ресурс] http://www.lesopromyshlennik.ru/ecotourism/russia.html
5. Интернет-журнал [Электронный ресурс] http://www.go-on-travels.ru/review.php?nreview=19

В. БАРЦИЦ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Н.Э. ЗИБОРЕВ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О.В. БЕЛИЦКАЯ
к.э.н., заведующая кафедрой экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

СОЦИАЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Аннотация. В статье рассматриваются факторы развития малого бизнеса в рекреационной сфере Краснодарского края, его социальные функции и роль в повышении занятости населения региона.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, курорты и рекреация, региональная экономика, занятость, рынок труда.

Annotation. The article deals with factors of development of small business in the recreational sphere of Krasnodar region, its social functions and a role in increase of employment.

Keywords: small business, resorts and recreation, regional economy, employment, labor market.

Сущность предпринимательской деятельности и рыночных отношений хорошо раскрывается в высказываниях известных бизнесменов и экономистов. Так, Г. Гаррисон пишет: «Первый урок бизнеса преподала мне нужда, а не жадность. Дёшево купи, дорого продай, а выручка – твоя».

«Каждый индивидуум... заботится только о своих собственных достижениях, но и в этом, как и во многих других случаях, невидимая рука уводит его туда, куда он вовсе не намеревался. И общество от этого далеко не всегда в убытке. Преследуя свои собственные интересы, человек нередко приносит обществу больше пользы, чем если бы принесение пользы и вправду входило в его намерения» (Адам Смит. Богатство Наций).

Предпринимательство – не что иное, как самостоятельный и самоорганизующийся инструмент экономики, направленный на извлечение прибыли посредством творческой интеллектуальной работы и претворяющий в жизнь задумки, целью которых является улучшение качества жизни человечества.

Научный интерес к проблеме оценки влияния предпринимательства на региональный рынок труда объясняется следующими факторами – состоянием, основными параметрами и свойствами, которыми характеризуется рынок труда Краснодарского края. Рынок труда Краснодарского края функционирует в условиях относительно высокого уровня экономического развития, повышенной бюджетной обеспеченности, инвестиционной привлекательности региона, наличия хорошо развитой перерабатывающей промышленности, миграционного притока, хорошей транспортной освоенности и т. д. В целом Краснодарский край сегодня относится к группе наиболее благополучных регионов России по уровню экономического развития и занятости населения и является одним из наиболее развитых регионов Южного федерального округа. Именно малое и среднее предпринимательство является источником формирования спроса на рынке труда. Сегодня особое значение имеет сектор малого и среднего бизнеса в экономике России как звено, которое при определенных условиях будет способствовать созданию

новых рабочих мест. Малое и среднее предпринимательство может формировать запрос на трудовые ресурсы только в том случае, если само устойчиво развивается, если поддерживается государством. Малый бизнес Краснодарского края играет существенную роль в формировании экономического потенциала региона. По данным статистики, в настоящее время в Краснодарском крае работает 271 839 субъектов малого и среднего предпринимательства, занимающихся различными видами бизнеса. В настоящее время на этих предприятиях в крае работает 618 440 человек, а оборот субъектов малого и среднего бизнеса составляет 1 512 455 млн. руб.

Большая часть предприятий малого и среднего бизнеса сосредоточена в сфере рекреации, курортно-санаторного бизнеса, оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; кроме того, большое количество малых предприятий работает в сфере операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг.

В отношении малого предпринимательства часто произносится фраза «Малый бизнес – основа экономики». Это верно для малых государств. В государствах, претендующих на роль мировых держав, основой экономики являются крупные экономические структуры. Экономику России определяют топливно-энергетический комплекс, металлургия, лесная промышленность. Утверждение России в мире, как великой державы, обусловит господство в ее экономике крупных и сверхкрупных предпринимательских структур, способных устойчиво работать на глобальном уровне. Стратегические интересы России требуют, чтобы ее экономическая политика была именно такой и формирование российских транснациональных корпораций должно стимулироваться даже в ущерб интересам малого бизнеса. Это не значит, что малый бизнес должен быть принесен в жертву геополитическим интересам. Незначительная роль малого предпринимательства в экономике может с лихвой компенсироваться его значением в социальной сфере.

Социальная функции малого бизнеса - обеспечение занятости и организация санаторного лечения граждан России. В отношении обеспечения занятости населения следует отметить, что наибольшее социальное значение этой функции малого бизнеса должны проявиться в горных и приазовских районах Краснодарского края. Курортное хозяйство этих районов развито слабо, в то же время в этих районах наиболее высок уровень безработицы и количество безработных увеличивается, несмотря даже на сокращёние численности населения. Значение малого рекреационного предпринимательства в экономике Краснодарского края сегодня невелико, что объясняется сложившимся преобладанием в рекреации крупных предприятий и незначительной продолжительностью периода формирования малого бизнеса. В ближайшей перспективе положение вряд ли изменится, но по мере реформирования системы местного самоуправления интерес к развитию малого предпринимательства будет возрастать и потребует разработки конкретных мероприятий, стимулирующих развитие малого бизнеса. Для того, что бы указанные разработки могли использоваться, следует определить сегодняшнее состояние малого бизнеса и выявить факторы, способствующие и препятствующие его развитию. Рекреационная сфера весьма благоприятна для малого предпринимательства. В небольших странах малый бизнес в рекреации играет значительную роль. Это объясняется ограниченными инвестиционными возможностями этих стран в период первоначального формирования национальной рекреационной сферы. В других странах (например, в нефтеэкспортирующих странах Персидского залива) инвестиционные возможности были намного больше и это привело к тому, что в рекреационной сфере государств Ближнего Востока господствуют крупные предприятия, но развивается и малый бизнес. Особую категорию представляют собой бывшие социалистические страны, такие как Украина, Болгария, Чехия, Румыния, Грузия и другие. В этих государствах сохранилась курортная инфраструктура, представленная крупными рекреационными предприятиями, которые были созданы и востребованы в период плановой экономики.

Эта особенности присущи и предприятиям рекреационной сферы Краснодарского края, которая сохранила все основные черты, характерные для санаторно-курортной сферы Советского Союза. После проведенной приватизации многие крупные рекреационные организации оказались проблематичны в плане рентабельности и часть из них реорганизовалась путем разделения и выделения, в результате чего образовалась не очень многочисленная группа малых рекреационных предприятий. Другой и наиболее многочисленной группой малых рекреационных предприятий являются сезонные туристские базы и базы отдыха.

В Краснодарском крае санаторно-курортная сфера является наиболее развитой составляющей рекреационного комплекса. Существуют как летние, которых большинство, так и зимние курорты. К летним курортам относятся, в первую очередь, приморские, а к зимним – горные. Бальнеологические курорты (Горячий Ключ, Хадыженск) являются круглогодичными. Без перерыва функционируют и здравницы приморских курортов, использующие различные бальнеоресурсы (Мацеста, санатории Ейска и другие).

В последние годы, к сожалению, почти все здравницы края перешли на сезонную работу по экономическим соображениям. Гости на Кубань едут в основном летом. И после отъезда последних туристов в ноябре большинство санаториев и пансионатов «впадают в спячку» до мая. Так, по данным краевого Комитета по статистике Краснодарского края 70,1% предприятий комплекса относятся к сезонным организациям. Такие организации закрываются на период низкого сезона для подготовки к новому летнему сезону персонала и номеров. Закрывшись на межсезонье, здравницы решают вопрос о наиболее эффективной работе, в высокий сезон, участвуют в выставках, ярмарках и начинают реализацию летних путевок. Такого рода финансирование, в виде полученной предоплаты за путевки, позволяет пережить межсезонье, но это не решение проблемы.

Тем не менее, можно отметить тенденцию исправления положения и переход российского малого бизнеса на путь модернизации.

Основными задачами малого и среднего бизнеса в регионе сегодня является: формирование рациональной структуры экономики региона; сохранение и развитие среднего класса; снижение безработицы за счет создания новых рабочих мест; расширение доходной части государственного бюджета на всех уровнях; обеспечение социальной стабильности и снятие социальной напряженности и в конечном итоге обеспечение устойчивого развития экономики региона. Устойчивое развитие малого и среднего предпринимательства в современных условиях является фактором развития рынка труда и обеспечения эффективной занятости населения.

Список литературы и источников:

1. Краснодарский край в цифрах. 2013 : стат. сб. Краснодар, 2014. 313 с.
2. Статистика малого и среднего предпринимательства России: 2010–2013 [Электронный ресурс]. URL: http://rcsme.ru/ru/statistics (дата обращения: 22.01.2015).
3. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://smb.gov.ru/statistics/officialdata (дата обращения: 22.01.2015).
4. Основные показатели развития малого и среднего предпринимательства Краснодарского края [Электронный ре- сурс] // Малое и среднее предпринимательство Краснодарского края. URL: http://mbkuban.ru/useful3.html (дата обращения: 22.01.2015).
5. Рынок труда в Краснодарском крае в 2013 г. : стат. сб. Краснодар, 2014. 61 с.

Н.А. АНДРЮКОВА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
А.А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского
учета ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ ПЕНСИОННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В данной статье проанализированы волнующие вопросы граждан Российской Федерации по пенсионному обеспеченью. Рассмотрены новые введения страховой пенсии и расчета формулы. Так же выявлена необходимость в проведение реформирования в пенсионном законодательстве.

Ключевые слова: пенсионная реформа, пенсионная система, страховая пенсия, трудовая пенсия, пособия, реформирование.

Annotation. This article discusses the questions of citizens of the Russian Federation on pension provision. Considered by the new administration of insurance and pension calculation formula. Also the need of reforming the pension legislation is identified.

Keywords:pension reform, pension system, pension insurance, occupational pension, benefits, reform.

Становление национальной пенсионной системы началось посредством введения государственного пенсионного обеспеченья для военных и гражданских государственных служащих. С формальной точки зрения, формирование системы государственного пенсионного обеспеченья России берет начало в допетровское время [4].

За последние годы пенсионная реформа РФ добилась ряда положительных результатов, к которым можно отнести: наличие минимального уровня пенсионного обеспечения не ниже размера прожиточного минимума пенсионера в субъекте РФ; увеличение среднего размера трудовой пенсии, сотворение ряда формирования пенсионных прав, но не смотря на ряд положительных результатов, остаются и не решенные проблемы, а именно, загруженность населения, высокий уровень смертности трудоспособных жителей, ухудшился демографический уровень [3].

Реформирование пенсионной системы – одна из главных социальных задач. Предпринятые за последние двадцать лет пути по ее модернизации привели к ряду результатов. Уровень пенсионного обеспечения повысился. Финансовое состояние пенсионной системы более или менее устойчиво. Определенные попытки изменения ситуации к лучшему имели длительный эффект [5].

Выплата государственных пенсий станет одной из главных проблем в России. Неудовлетворительный размер пенсий россиян стал предпосылками проведения пенсионных реформ, одна из главных задач которых – обеспечить социально-приемлемый уровень пенсионного обеспечения в будущем [3].

Финансовая несбалансированность пенсионной системы увеличивается, в том числе по основанию понижения численности плательщиков страховых взносов и умножения количества получателей пенсий. На 2015 год число работающих граждан в 1,6 раза превосходит численность пенсионеров, но в 2028 году, по мнению экспертов, количество работающих граждан и пенсионеров будут одинаковы. Тогда дефицит бюджета Пенсионного фонда РФ в 2030 году превзойдет 3 трлн. руб., что почти в 3 раза превышает сегодняшний уровень (1,075 трлн. руб. – в 2015 году, 875 млрд. руб. – в 2014 году) [2, 4].

С 1 января 2015 года в России начался новый этап пенсионной реформы, то есть вводиться новейший режим организации пенсионных прав граждан и расчета пенсий в системе обязательного пенсионного страхования [3].

Страховой тариф в системе обязательного пенсионного страхования в настоящее время – это во многом результат компромисса бизнеса и государства. [4].

Модификация пенсионной системы при новейшем этапе реформирования коснется всех, а именно, кто уже вышел или выходит на пенсию в ближайшие годы и будущих пенсионеров. Это связанно с тем, что с 2015 года величина пенсий будет устанавливаться не в рублях, а в баллах (пенсионных коэффициентах), так определен минимальный порог, обеспечивший право на трудовую пенсию в размере 30 баллов. Тогда работающим пенсионерам баллы будут начисляться только в тот период, когда они откажутся от пенсионных выплат [6].

Женщины, пенсионный возраст которых наступит позже 1 января 2015 года, приобретут льготы, а вовремя ухода за детьми им будут начислять высокие баллы: за первого ребенка – 1,8, второго - 3,6, третьего и четвертого – 5,4. Работникам сельскохозяйственных предприятий со стажем более 30 лет и живущим в сельской местности уже в 2016 году предусмотрена надбавка к пенсии. Дополнительные баллы обретут граждане, отслужившие в армии, в органах внутренних дел, и приравненных к ним. [1, 6].

В Федеральном законе № 400-ФЗ «О страховых пенсиях», с 2015 года трудовая пенсия по старости будет предопределяться по новейшей пенсионной формуле, которая предусмотрит размер страховой пенсии в коэффициентах, учитывающих стаж, размер заработка и возраст выхода на пенсию.

$$СП = (ФВ \times КПВ) + (ИПК \times СПК \times КПВ) \qquad (1)$$

СП – страховая пенсия в год;
ФВ – фиксированная выплата в год;
КПВ – коэффициент за выход на пенсию позже общеустановленного пенсионного возраста;
ИПК – личный пенсионный коэффициент (сумма всех годовых пенсионных коэффициентов гражданина);
СПК – цена одного пенсионного коэффициента в год назначения пенсии [1, 2].

Годовой пенсионный коэффициент – это инструмент, разрешающий оценивать каждый работающий год гражданина. Он равен сумме, оплаченных работодателем страховых взносов на сотворение страховой части пенсии по выбранному гражданином тарифу 10 % или 16 %, к сумме страховых взносов с максимальной взносооблагаемой по закону заработной платы, уплачиваемых работодателем по тарифу 16 %, умноженной на 10:
Годовой ПК = максимальное значение ПК (7,39 в 2015 году, 10 – в 2021 году) [5].

Трудовая пенсия, получаемая в системе обязательного пенсионного страхования, по своему должна быть результатом накопленного пенсионного капитала. Неслучайно первой редакцией ст.3 Федерального закона «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» устанавливалось, что целевым назначением страховых взносов на обязательное пенсионное страхование является обеспечение права гражданина на получение пенсии в системе ОПС в размере, учтенной на его индивидуальном лицевом счете [2, 4].

Страховая пенсия по инвалидностисогласно закона 400-ФЗ «О страховых пенсиях» прописывается гражданам, признанным в установленном порядке инвалидами I, II или III группы. Страховая пенсия по инвалидности учреждается по причинам: продолжительности страхового стажа, инвалидом трудовой или иной общественно-полезной занятости, а также, в случае наступления инвалидности во время работы, до выхода на работу или после прекращения работы [1, 3].

С 1 января 2015 года максимальный размер зарплаты, с которой уплачивают страховые взносы в размере 22 %, 84 тыс. руб. в месяц. Тем самым стимулируется энергичный средний класс, который по свежим расчетам может рассчитывать на более высокую пенсию [3].

В ближайшее время страховая и социальная пенсии россиян увечится. Страховая – на 5,2-5,7%, а социальная – на 4,9-7,9. При этом соотношение страховой пенсии и прожиточного минимума пенсионера с 2015 по 2017 годы увеличится на 3,3%-х пункта [1, 5].

В конце сентября 2013 года стало известно, что пенсионные накопления граждан за 2014 год не зачислят в Пенсионный фонд и НПФ, а будут устремлены в распределительную систему. В конце 2014 года был принят закон, продляющий «пенсионный мораторий» на 2015 год [2].

Пенсионная реформа является одной из главных тем, по которой разошлись мнения между членами правительства. Представители экономического развития, финансов и первый вице-премьер Игорь Шувалов многократно выдвигали идеи за сохранение накопительной части пенсии и против «пенсионного моратория» на 2014-2015 гг. [5].

Внесенные в пенсионное законодательство изменения предусматривают возможность приобретения более высокой пенсии теми гражданами, которые приняли решение выходить на заслуженный отдых позже общеустановленного срока. [3].

В связи с очередным витком реформирования пенсионной системы вновь поднимается вопрос о повышении пенсионного возврата. В Российской Федерации ещё со времен СССР пенсионный возраст не менялся: 60 лет – для мужчин и 55 лет – для женщин. Между тем вопрос о его повышении постоянно дискутируется, так Министерство финансов России предложило начать постепенное повышение пенсионного возраста с 2015 г. По расчетам Министерства это поможет снизить дефицит бюджета Пенсионного фонда РФ, который самостоятельно не способен обеспечить выплаты пенсий, из-за чего ежегодно ему выделяются дополнительные денежные средства из федерального бюджета, причем год от года объемы указанных средств увеличиваются. По прогнозам МВФ к 2015 г. они достигнут 15% ВВП [4].

Задачи пенсионного фонда показывает, что нужно определить размер пенсии в зависимости от того вклада, который делает гражданин, в процессе своей трудовой деятельности [5].

Россияне, возраст которых свыше 65 лет, составляют 13% от общей численности населения. По данным Минэкономразвития, среднегодовая численность получателей трудовых пенсий в 2015 году составит 39 млн. человек, а в 2016 году – 39,40 млн. человек, и каждый последующий год количество трудовых пенсий будет увеличиваться примерно на 400 тыс. человек [5].

С 1 апреля 2015 г. социальные пенсии российских пенсионеров подросли на 10,3%. Средний размер социальной пенсии после роста составляет 8 311 рублей. Средний размер социальной пенсии детям-инвалидам составляет 12 371 руб. Средние размеры пенсий граждан из числа инвалидов, в результате военной травмы и участников Великой Отечественной войны, получающих две пенсии, составляют 29 371 рубль и 31 488 рублей соответственно. При этом в течение года минимальный уровень пенсионного обеспечения граждан по-прежнему будет не меньше прожиточного минимума пенсионера в регионе, где он проживает. Если величина пенсии в совокупности с другими причитающимися неработающему пенсионеру выплатами будет ниже прожиточного минимума, то ему будет определена социальная доплата к пенсии [1].

Напомним, с 1 февраля 2015 года страховые пенсии более 39 млн. российских пенсионеров были проиндексированы на 11,4 % исходя из роста потребительских цен за 2014 год. Вследствие индексации средний размер страховой пенсии по старости с учетом фиксированной выплаты на сегодня составляет 12,9 тысяч рублей.

В августе 2015 года будет проведена беззаявительная корректировка страховых пенсий работающих пенсионеров [4].

Условиями возникновения права на страховую пенсию по старости являются: достижение возраста 60 лет – для мужчин, 55 лет – для женщин; присутствие страхового стажа не менее 15 лет (минимальный стаж уплаты страховых взносов); наличие размера индивидуального пенсионного коэффициента не менее 30. Кроме этого вырабатывается социальная доплата к пенсии до прожиточного уровня пенсионера в регионе его проживания[5].

На сайтах о пенсии показаны калькуляторы, где каждый гражданин может посчитать себе будущую пенсию, или просто для начала высчитать сумму выплат пенсий. Пенсионный калькулятор прежде всего инструмент, разрешающий гражданам понять суть нового порядка расчета пенсий и установить факторы, воздействующие на ее размер. Граждане имеющие трудовой стаж, воспользовавшись калькулятором, рассчитав свою пенсию, смогут понять, что часть их пенсионного капитала создавалась по прежним правилам. И при реальном расчете их трудовой пенсии предстоит конвертация их пенсионных прав в пенсионные коэффициенты [5].

Положение ухудшается тем, что на фоне катастрофического обеднения населения создают системы привилегированных пенсий главным образом для представителей всех структур власти независимо от уровня дохода, реализуемые через систему социального обеспечения. Это приводит к финансовой необеспеченности реализации норм законов, адресованных всему населению, в связи с чем их воздействие фактически задерживается. Если общество не сможет переломить сложившуюся ситуацию, то нынешнее состояние социального обеспечения в России станет хроническим на многие десятилетия [3, 9].

Эффективность в проведении пенсионной реформы для многих в России будет являться показателем успешности всех рыночных реформ. Сравнительно благоприятная демографическая ситуация в ближайшие пять лет, завоеванная стабилизация общеэкономического состояния и состояния Пенсионного фонда России являются хорошими предпосылками для начала реформы [6].

Таким образом, пенсия будет на 70,5% выше, чем прожиточный минимум пожилого человека. В 2016 году на формирование пенсионной системы государство израсходует 3085,7 млрд. рублей, это 19% от общих расходов федерального бюджета или 3,7% ВВП. В 2017 году расходы федерального бюджета возрастут до 3232,1 млрд. рублей, но это составит 18,9%, общих расходов государственной казны, или 3,6% ВВП. Тогда на пенсионное обеспечение государство потратит за три года 64-71% от всех расходов федерального бюджета по разделу «Социальная политика». На социальное обеспечение населения уйдет 21-26% всех расходов этого раздела, обеспечение семьи и детей – 6-10%, оставшиеся деньги будут израсходованы на социальное обслуживание населения, прикладные научные исследования в области социальной политики и другие вопросы в области социальной политики [1,2, 3].

Список литературы и источников:

1. Федеральный закон «О страховых пенсиях» №400-ФЗ от 28.12.2013г.
2. Федеральный закон «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» №173-ФЗ от 17.12.2011 г. (ред. от 28.12.2013г., с измен.от 04.06.2014г.)
3. Вавилов А.П. Пенсионная реформа в России: анализ переходного процесса // Вопросы экономики. – 2013.
4. Ермаков Д.Н. Современное пенсионное обеспеченье в Российской Федерации. 2014.
5. Пенсионный фонда Российской Федерации [Электронный ресурс]. − Режим доступа:http://www.pfrf.ru/
6. Смирнов С.Н., Исаев Н.И. Сычева Л.И., Михайлов Л.В., Тимофеев Е.В., Марушкина Е.В. Пенсионная реформа: социальные и экономические аспекты. М., 2013

7. Сигидов Ю.И. Предпосылки внедрения управленческого учета в учетную практику сельскохозяйственных организаций / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 6. – С. 31-38.
8. Сигидов Ю.И. Учетная политика сельскохозяйственных организаций для целей управленческого учета / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 1. – С. 18-23.
9. Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития / Адаменко А.А., Алексеева О.А., Алиева А.В., Асканова О.В., Григорьева Т.В., Громов Е.И., Даминева Р.М., Ильин Н.И., Ильинова С.В., Иремадзе Е.О., Картаузов А.А., Катунин В.А., Клочко А.В., Костырев А.П., Котляров С.Е., Кулиш Н.В., Мариненко А.А., Медведева В.Н., Милаевская С.С., Орлова Н.В. и др. – Воронеж, 2009. – Том 18.

О. БОРИСЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О. ЯКИМОВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
И.Н. ШАМРАЙ
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

СТАБИЛЬНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В данной работе рассматриваются понятие валютного курса и факторы, влияющие на его динамику. Проводиться оценка состояния российской экономики и уровня национальной валюты в условиях кризиса. Выявляются проблемы и дальнейшие перспективы развития экономики России.

Ключевые слова: валютный курс, курсообразующие факторы, уровень инфляции, платежный баланс, санкции, падение цен на нефть, импортозамещение, антикризисный план.

Annotation. The article deals with the concept of the exchange rate and the factors influencing its dynamics. Assesses the state of the Russian economy and the level of the national currency during the crisis. Identify problems and prospects for further development of the Russian economy.

Keywords: exchange rate, exchange rate factors, rate of inflation, balance of payments, sanctions, falling of prices of oil, import substitution, anti-crisis plan.

В 2014 году в России начался новый экономический кризис, главной причиной которого стало ухудшение экономической обстановки в России, вызванное резким спадом мировых цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть в доходах бюджета России, а также введением экономических санкций в отношении России в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины.

Эти факторы вызвали значительное снижение курса национальной валюты относительно иностранных валют (рисунок 1), увеличение инфляции, уменьшение реальных доходов населения и значительное ухудшение ситуации в ряде отраслей российской экономики.

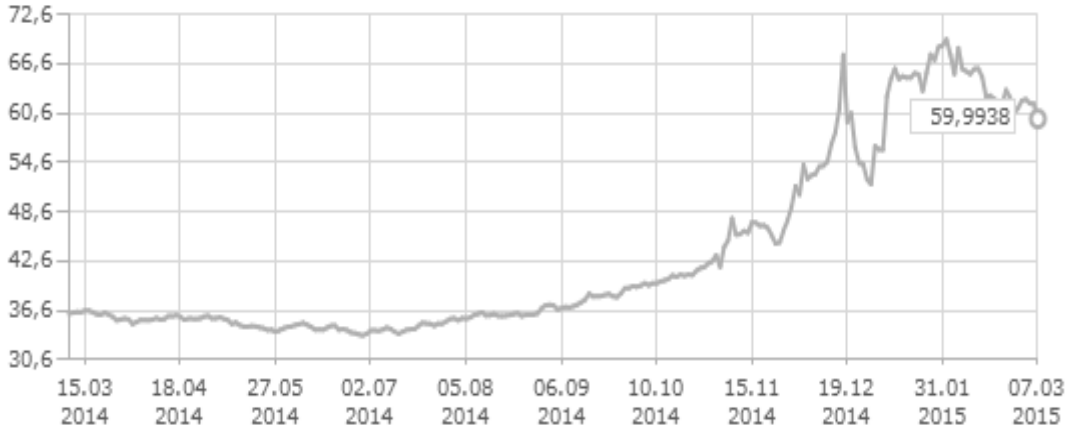

Рисунок 1 - Динамика курса российского рубля по отношению к доллару США за период март 2014 - март 2015 гг. [2]

Под валютным курсом принято понимать «цену» денежной единицы одной страны, выраженную в иностранных денежных единицах или международных счетных единицах. Как любая цена, валютный курс отклоняется от стоимостной основы (покупательной способности валют) под влиянием спроса и предложения валюты на рынке. Соотношение такого спроса и предложения зависит от ряда факторов, среди которых классически выделяют следующие основные.

1. Темп инфляции. Соотношение валют по их покупательной способности, отражая действие закона стоимости, служит своеобразной осью валютного курса. Поэтому на валютный курс влияет темп инфляции. Чем выше темп инфляции в стране, тем ниже курс ее валюты, если не противодействуют иные факторы. Инфляционное обесценение денег в стране вызывает снижение покупательной способности и тенденцию к падению их курса к валютам стран, где темп инфляции ниже. Зависимость валютного курса от темпа инфляции особенно велика у стран с большим объемом международной торговли товарами, услугами и капиталами. Это объясняется тем, что наиболее тесная связь между динамикой валютного курса и относительным темпом инфляции проявляется при расчете курса на базе экспортных цен.

2. Состояние платежного баланса. Активный платежный баланс способствует повышению курса национальной валюты, если увеличивается спрос на нее со стороны иностранных должников. Пассивный платежный баланс порождает тенденцию к снижению курса национальной валюты, так как должники продают ее на иностранную валюту для погашения своих внешних обязательств. Нестабильность платежного баланса приводит к скачкообразному изменению спроса и предложения на соответствующие валюты.

3. Разница процентных ставок в разных странах. Влияние этого фактора на валютный курс объясняется двумя основными факторами. Во-первых, изменение процентных ставок в стране воздействует при прочих равных условиях на международное движение капиталов, прежде всего краткосрочных. В принципе повышение процентной ставки стимулирует приток иностранных капиталов, а ее снижение поощряет отток капиталов, в том числе национальных, за границу. Во-вторых, процентные ставки влияют на операции валютных, кредитных, фондовых рынков. При проведении операций банки принимают во внимание разницу процентных ставок на национальном и мировом рынках капиталов с целью извлечения прибылей.

4. Деятельность валютных рынков и спекулятивные валютные операции. Если курс какой-либо валюты имеет тенденцию к понижению, то фирмы и банки заблаго-

временно продают ее на более устойчивые валюты, что ухудшает позиции ослабленной валюты.

5. Степень использования определенной валюты на еврорынке и в международных расчетах. Например, тот факт, что 60 % операций евробанков и 50 % международных расчетов осуществляется в долларах, определяет масштабы спроса и предложения этой валюты. Поэтому периодический рост мировых цен и выплат по внешним долгам способствует повышению курса доллара даже в условиях падения его покупательной способности.

6. На курсовое соотношение валют воздействует также ускорение или задержка международных платежей. В ожидании снижения курса национальной валюты импортеры стремятся ускорить платежи контрагентами в иностранной валюте, чтобы не нести потерь при повышении ее курса, а экспортеры задерживают репатриацию валютной выручки. При укреплении национальной валюты, напротив, преобладает стремление импортеров к задержке платежей в иностранной валюте, а экспортеров– к ускорению перевода валютной выручки в свою страну.

7. Степень доверия к валюте на национальном и мировых рынках. Она определяется состоянием экономики и политической обстановкой в стране, а так же рассмотренными выше факторами, оказывающими воздействие на валютный курс. Причем дилеры учитывают не только темпы экономического роста, инфляции, уровень покупательной способности валюты, соотношение спроса и предложения валюты, но и перспективы их динамики. Иногда даже ожидание публикации официальных данных о торговом и платежном балансах или результатах выборов сказывается на курсе валюты.

8. Валютная политика. Соотношение рыночного и государственного регулирования валютного курса влияет на его динамику. Формирование валютного курса на валютных рынках через механизм спроса и предложения валюты обычно сопровождается резкими колебаниями курсовых соотношений. На рынке складывается реальный валютный курс – показатель состояния экономики, доверия к определенной политике. С этой целью проводиться определенная валютная политика [1].

Таким образом, формирование валютного курса – это сложный многофакторный процесс, обусловленный взаимосвязью национальной и мировой экономики и политики. Поэтому при прогнозировании валютного курса учитываются курсообразующие факторы и их неоднозначное влияние на соотношение валют в зависимости от конкретной систуации.

Проведем оценку курса национальной валюты Российской Федерации – рубля в соответствии с основными, изложенными выше, курсообразующими факторами.

Инфляция представляет собой важный индикатор развития экономики. В России инфляция традиционно выше, чем в США или Европейском союзе. Но в 2014 году уровень инфляции поднялся выше психологического барьера 10% в год (принято считать, что превышение 10% барьера вызывает галопирующую инфляцию).

По результатам 2014 года эксперты ЦБ РФ оценили среднегодовой темп инфляции на уровне 8%, тогда как переходящая инфляция с декабря 2014 года на январь 2015 года составила 11,4% (рисунок 2). По оценкам экспертов пик инфляции (15-17%) придется на март-апрель 2015 года. Так 6 апреля 2015 года Росстат официально объявил уровень инфляции за март 16,9%.

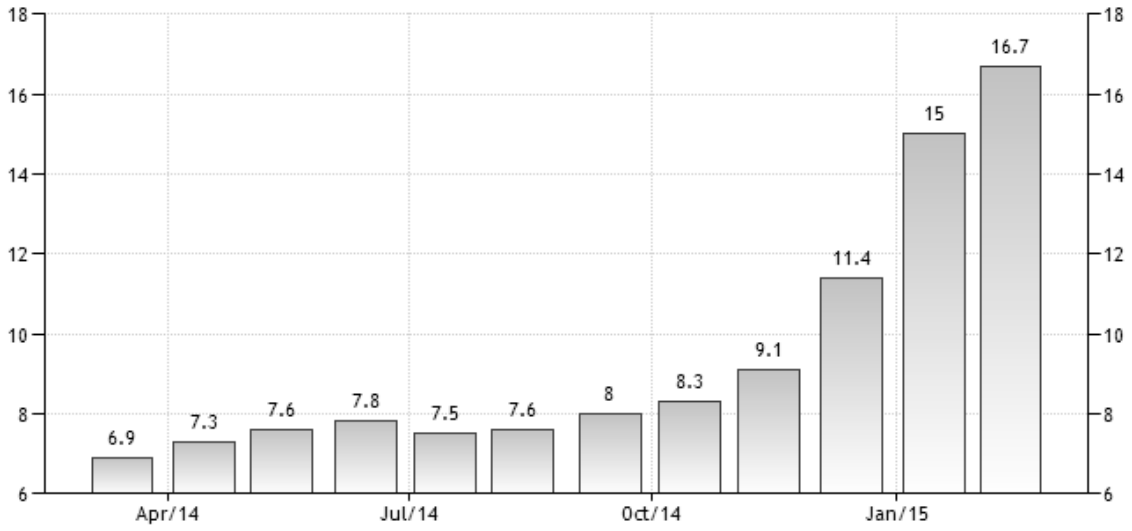

Рисунок 2 - Уровень инфляции за период март 2014 г. - март 2015 г. [2]

Один из факторов ослабления рубля является отрицательный платежный баланс страны (таблица 1).

Как известно, движение товаров и услуг через границу всегда имеет направление движения денежных потоков в обратную сторону. Только эти денежные потоки показывают состояние платёжного баланса России 2014 года, иными словами - формальной отчётности по межгосударственным сделкам. Платёжный баланс можно определить как статистический отчёт, содержащий суммарные данные страны об операциях внешней экономики с другими государствами за определённый срок. Составляют платёжный баланс за фиксированный период (обычно – на год, полугодие или квартал) и на ту или иную дату. Сделки регистрируют на момент расчёта, или на момент операций. Способом сделки, регистрируемой на момент операции, происходит учёт различных зарубежных стадий операций, отражаются все требования и обязательства государства, включая и непогашенные.

Почти во всех странах используется именно этот метод. Если сделка регистрируется на момент расчёта, составленным платёжным балансом охватываются только фактически проведённые платежи, поступления, а также кредиты, только полученные и предоставленные.

В составленные по методике МВФ платёжные балансы входят, кроме платежей и фактически проводимых поступлений, также и перспективные платежи по конкретным международным требованиям и обязательствам (элементы расчётного баланса).

Таблица 1 - Платежный баланс России за период 2010-2014 гг. [2]

Платежный баланс Российской Федерации (по методологии РПБ6, в млн. долларов США) Стандартные компоненты					
Статьи платежного баланса	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Счет текущих операций	67 452	97 274	71 282	34 801	59 462
Экспорт товаров, услуг, полученные первичные и вторичные доходы	487 155	629 903	653 991	652 907	628 192
Импорт товаров, услуг, выплаченные первичные и вторичные доходы	419 703	532 630	582 709	618 106	568 730
Товары и услуги	120 875	163 398	145 076	123 679	134 497
Экспорт	441 833	573 448	589 774	593 398	563 561

Окончание таблицы 1					
Импорт	320 958	410 050	444 698	469 719	429 064
Первичные доходы	-47 105	-60 399	-67 661	-79 604	-67 182
К получению	38 064	42 687	47 758	42 177	46 909
К выплате	85 168	103 086	115 419	121 781	114 090
Вторичные доходы	-6 318	-5 725	-6 133	-9 274	-7 853
К получению	7 258	13 768	16 459	17 332	17 722
К выплате	13 577	19 493	22 592	26 607	25 576
Счет операций с капиталом	-41	130	-5 218	-395	-42 012
К получению	370	479	622	530	541
К выплате	411	349	5 840	925	42 553
Чистое кредитование (+) / чистое заимствование (-) (сальдо счета текущих операций и счета операций с капиталом)	67 411	97 404	66 065	34 406	17 450
Финансовый счет					
Чистое кредитование (+) / чистое заимствование (-) (сальдо финансового счета)	58 276	88 748	55 693	24 136	26 218
Прямые инвестиции	9 449	11 767	-1 765	17 288	35 480
Портфельные инвестиции	1 495	15 277	-17 031	11 011	39 869
Производные финансовые инструменты (кроме резервов) и опционы на акции для работников	1 842	1 394	1 356	346	4 779
Прочие инвестиции	8 739	47 679	43 117	17 567	53 637
Резервные активы	36 751	12 630	30 017	-22 077	-107 547
Чистые ошибки и пропуски	-9 136	-8 655	-10 371	-10 270	8 768

Оценка представленных данных в таблице 1 наглядно демонстрирует увеличение оттока капитала из России, сокращение торгового оборота, отрицательную доходность по экспортно-импортным операциям. Общая тенденция снижения внешнеторгового сальдо в 2013-2014 гг. приводит к сужению профицита платежного баланса, что значительно ослабляет российский рубль.

Рассмотрим другой курсообразующий фактор - ключевую ставку. Под ней принято понимать процентную ставку, по которой Центральный Банк России предоставляет кредиты коммерческим банкам в долг, и одновременно та ставка, по которой ЦБ РФ готов принимать денежные средства от банков на депозиты. Она играет роль при установлении процентных ставок по банковским кредитам и оказывает влияние на уровень инфляции и стоимость фондирования банков (таблица 2).

Таблица 2 - Значения ключевой ставки ЦБ РФ в 2013-2015 гг. [2]

Дата	Ставка, % годовых
с 13 сентября 2013 года	5,5
с 3 марта 2014 года	7,0
с 25 апреля 2014 года	7,5
с 25 июля 2014 года	8,0

	Окончание таблицы 2
с 5 ноября 2014 года	9,5
с 12 декабря 2014 года	10,5
с 16 декабря 2014 года	17,0
с 30 января 2015 года	15,0
с 16 марта 2015 года	14,0

Как видно из таблицы 2, Центральный банк Российской Федерации в связи с резким падением рубля по отношению к евро и доллару и усилением инфляционных ожиданий с 16 декабря повысил ключевую ставку с 10,5% до 17%. Многие эксперты оценили данный шаг ЦБ РФ «смертью» для экономики. Действительно увеличение ключевой ставки должно остановить падение рубля, но тот урон, который наносится реальному сектору экономики, ни с чем не сравним и в конечном итоге только усугубляет сложившуюся кризисную ситуацию и приводит страну к стагнации и, как следствие, к стагфляции. Если сопоставить данные рисунка 1 и таблицы 2, очевидной становится взаимосвязь (пусть не прямая) курса национальной валюты и размера ключевой ставки.

Эксперты-аналитики также выделяют следующие основные причины падения курса российского рубля:

- снижение цен на нефть;
- политический фактор;
- введение санкций;
- замедление темпов роста российской экономики;
- отток капитала из России;

Кризисные явления в России проявились с марта 2014 года, когда произошли известные события в Крыму. После аннексии Крыма в несколько этапов были введены масштабные санкции, фактически лишившие возможности выгодного кредитования крупные государственные и частные предприятия и банки.

Политические проблемы России последнего года также серьезно усложнили состояние ее экономики. События в Крыму, а позже на востоке Украины, привели к ослаблению рубля.

Только в течение 2014-2015 гг. крупным российским компаниям, на которые наложены санкции, по кредитам нужно будет вернуть около 200 млрд. долларов. Еще год назад открытые кредитные линии западных банков позволяли легко решить эту проблему, но сегодня деньги таким образом получить не удастся. Валюту придется выкупать на российском рынке, что дополнительно усилит давление на рубль и ослабит его. С российского рынка также уходят инвесторы. Отток капитала только за последний год составил более 100 млрд. долларов США, что также не может не сказаться на устойчивости рубля.

Неуклонное падение цен на нефть также привело к ослаблению рубля. Российская Федерация, в силу своей географической протяженности, владеет, одними из самых больших в мире запасов топливных ресурсов. На территории России находится около 13% от всех мировых (разведанных на данный момент) запасов нефти и примерно 34% запасов природного газа. Ежегодная добыча сырья энергоресурсов в России составляет 13% от общемирового. Сегодня на долю ТЭК (топливно-энергетический комплекс) приходится около 25% производства ВВП, 30% от объема промышленного производства, около 50% доходов федерального бюджета, а также экспорта и валютных поступлений в стране. Именно это и дает основания для того, что эксперты нередко говорят о том, что экономика России зависит в большей степени от добычи полезных ископаемых, чем от производства.

Активным игроком на рынке предложения нефтепродуктов стали США, резко увеличившие за последние несколько лет добычу. По экспорту нефтепродуктов американцы вышли на первое место в мире. Вместе с тем, импорт нефтепродуктов американцами сократился почти на треть. Резко увеличить собственную добычу планирует также Канада. Еще недавно именно эти страны были активными покупателями нефти. При этом поставка нефти на рынок Россией и Саудовской Аравией продолжается в прежних объемах.

Все происходит на фоне небольшого падения спроса на нефть. Объясняется это недавним кризисом, после которого экономики ведущих стран еще не восстановились. Главным покупателем российской нефти на сегодняшний день являются страны Европы. Именно в Европу уходит почти 90% всей добываемой нефти в стране. Но постепенно растет и спрос на рынке Азиатско-Тихоокеанского региона (в частности Китай).

Прогнозирование цен на нефть усложняется еще и самим принципом торговли нефтью. Вся продаваемая нефть – «бумажная», то есть продаются фьючерсы или контракты на будущие поставки. Нефть из товара превратилась в финансовый инструмент. Из всего торгового объема реальная сырая нефть составляет не более 5%, а остальные 95 % – фьючерсные контракты.

Россия все больше зависит от экспорта энергоносителей при сокращении доходов в бюджет от других отраслей. Также отмечается зависимость доходов бюджета от мировой нефтегазовой конъюнктуры – в среднем около половины доходов бюджета образуются за счет продажи энергоносителей. При росте зависимости от нефти и газа одновременно нарастает их дефицит: примерно на 0,5-0,7% в год.

Вместе с тем, в конце марта – начале апреля 2015 года Саудовская Аравия включилась в военный конфликт в Йемене, что не может не отразиться на стоимости нефти на мировом рынке. Сам Йемен производит всего 0,2 % мировой нефти, но играет важную роль в ее транспортировке. Через Ормузский и Баб-эль-Мандебский проливы танкеры с нефтью, добытой в странах Персидского залива, проходят в Суэцкий канал и далее в Европу. Через стратегический Баб-эль-Мандебский пролив, разделяющий африканский континент и юг Аравийского полуострова, ежедневно перевозят до 3,8 миллиона баррелей нефти. Война же грозит закрытием пролива. Обходной путь в случае закрытия пролива лежит вокруг южной оконечности Африки, что значительно увеличит трудности в транспортировке и ее затратах [3].

В конечном счете вышеуказанные причины в ближайшее время отразятся на повышении стоимости цен на нефть, а, следовательно, улучшение платежного баланса, доходной части государственного бюджета и укреплении позиций российского рубля на внутреннем рынке.

Одной из главных причин падения курса рубля является замедление темпов роста российской экономики. С 2010 года темпы роста ВВП РФ планомерно снижались с 4,5% (2010 г.) до 1,3% (в 2013 году), уступив аналогичному показателю не только среди стран BRICS, но и среди стран G7. В 2014 году ЦБ РФ ожидает замедления ВВП РФ до 1% (г./г.).

Причинами стагнации российской экономики служат сокращение инвестиций в основной капитал и приостановка темпов роста цен на основные экспортные товары РФ: нефть и газ, цветные металлы (никель и алюминий), химическую продукцию при сохраняющемся высоком спросе на импорт. Экономика еврозоны, предъявляющая самый высокий спрос на российские энергоносители, по-прежнему находится в сложном положении, в том числе из-за проведения крайне жесткой фискальной политики в странах PIIGS. Другой крупнейший потребитель российского сырья – Китай, также замедляется ввиду структурной перестройки своей экономики.

О необходимости импортозамещения говорят давно, а в последнее время особенно много. Связано это не только с желанием производить самим высокотехнологичную продукцию, но и с санкциями, которые грозят оставить российскую экономику без

необходимых для ее существования поставок из-за рубежных стран. Для того чтобы заменить потребность в иностранной продукции, нужны огромные инвестиции, технологии и, конечно, время.

Все субъекты хозяйствования в России можно условно разделить на три большие группы: импортеры, экспортеры и внутренние производители. В условиях, когда рубль падает, интересы этих групп, соответственно, противоположны. Первыми страдают импортеры: платежеспособность населения падает, импортные товары продаются хуже, обороты падают. Нередки банкротства компаний, занимающихся импортом, а также смежников, их обслуживающих: складские хозяйства, компании логистики и т. д. Ярким примером сегодня может служить обвал объема реализации импортных автомобилей, как завезенных, так и собранных в России из поставленных комплектующих.

Наиболее перспективно падение стоимости рубля для внутреннего производителя, у которого в условиях слабой конкуренции появляется возможность закрепиться на рынке и развить бизнес. Поэтому многие дальновидные бизнесмены относятся к кризисам, как к лучшей возможности старта для серьезного дела [5].

Для предотвращения дальнейшего обвала национальной валюты в России приняли антикризисный план правительства,который подписал в первую очередь премьер-министр РФ Дмитрий Медведев. На сегодняшний день план мер по стабилизации экономики также одобрил и президент России Владимир Путин.

Ключевые направления деятельности в рамках реализации плана в течение ближайших месяцев:

- поддержка импортозамещения и экспорта по широкой номенклатуре несырьевых, в том числе высокотехнологичных, товаров;
- содействие развитию малого и среднего предпринимательства за счёт снижения финансовых и административных издержек;
- создание возможностей для привлечения оборотных и инвестиционных ресурсов с приемлемой стоимостью в наиболее значимых секторах экономики, в том числе при реализации государственного оборонного заказа;
- компенсация дополнительных инфляционных издержек наиболее уязвимым категориям граждан (пенсионеры, семьи с несколькими детьми);
- снижение напряжённости на рынке труда и поддержка эффективной занятости;
- оптимизация бюджетных расходов за счёт выявления и сокращения неэффективных затрат, концентрации ресурсов на приоритетных направлениях развития и выполнении публичных обязательств;
- повышение устойчивости банковской системы и создание механизма санации проблемных системообразующих организаций [4].

В конечном итоге в2015-2016 годах планируется реализовать меры, направленные на активизацию структурных изменений в российской экономике, стабилизацию работы системообразующих организаций в ключевых отраслях и достижение сбалансированности рынка труда, снижение инфляции и смягчение последствий роста цен на социально значимые товары и услуги для семей с низким уровнем доходов, достижение положительных темпов роста и макроэкономической стабильности в среднесрочной перспективе.

Список литературы и источников:

1. Гусаков Н.П., Белова И.Н., Стренина М.А. Международные валютно-кредитные отношения: Учебник / Под общей ред. Н.П. Гусакова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2013 г. - 314 с.
2. http://cbr.ru/- Центральный банк Российской Федерации (дата обращения 6.04.2015 г.)
3. http://ria.ru/ — Государственное информационно-аналитическое агентство Российской Федерации (дата обращения 2.04.2015 г.)
4. http://government.ru/docs/ (дата обращения 2.04.2015 г.)
5. Гусейнов Р.М., Семенихина В.А. Экономическая теория. – М.: «Омега-Л», 2013. – 448 с.

Р. ГУЧЕТЛЬ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Т.В. ПАВЛЮШКЕВИЧ
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕЦЕССИИ

Аннотация. Статья посвящена изучению состояния фискальной политики государства, а также дано описание характеристик экономических спадов производства.

Ключевыеслова:стагфляция, рецессия, инфляция.

Annotation. The article is devoted to the study of the state fiscal policy, together with a description of the characteristics of economic downturns production.

Keywords: stagflation, recession, inflation.

Фискальнаяполитикапредставляетсобойналогообложениеигосударственныерасходы целью сглаживания циклических колебаний и обеспечения устойчивого экономического роста в условиях высокой занятости и низкой стабильности инфляции (процесс повышения общего уровня цен в стране, ведущий к обесцениванию денег). Стимулирующая политика государства (фискальная экспансия) в краткосрочном периоде предотвращение перегрева экономики. Она предполагает снижение государственных расходов и усиление налогового пресса, что позволяет снизить темпы экономического роста и темпы инфляции спроса. В долгосрочном периоде указанные меры могут привести к развертыванию стагфляции. Она представляет собой состояние экономики, когда застой или падение производства сочетаются с возрастающей безработицей и непрерывным ростом цен – инфляцией. Причинами стагфляции являются политика монополий, поддерживающих высокий уровень цен в период кризисов, а также антикризисные мероприятия, проводимые государством, по «управлению» спросом и регулируемому росту цен [3, 19].

Стагфляцией называется состояние народного хозяйства страны, характеризующееся одновременным переплетением затяжного ослабления экономической активности (стагнация) с инфляцией.

В настоящее время фискальная политика – основное средство регулирования экономики развитых стран. Цели политики:

– сглаживание колебаний экономического цикла;

– стабилизация темпов экономического роста;

– достижение уровня естественной занятости;

– умеренные темпы инфляции.

Следует различать пассивную и активную бюджетно-налоговую политику, последняя отражает кейнсианский подход к макроэкономическому регулированию. В рамках кейнсианского подхода бюджетно-налоговая политика рассматривается как наиболее действенный инструмент государственного воздействия на экономический рост, уровень занятости и динамику цен.

Снижение налогов и рост правительственных расходов увеличивает совокупный спрос и, следовательно, ведет к расширению объема выпуска продукции, увеличению доходов, снижению безработицы [1].

Фискальная политика оказывает воздействие на национальную экономику через товарные рынки. Государственные расходы увеличивают объем совокупного спроса, присоединяясь к расходам на потребление и инвестиции. Воздействие государственных расходов на объем производства и по величине и по направленности такое же, как

и влияние инвестиций. Увеличивая объем государственных закупок, правительство осуществляет вливания в национальную экономику.

Что касается налогов, то они в отличие от государственных расходов, сокращают потребление и сбережения, т.е. являются утечками дохода. Следовательно, направленность воздействия государственных расходов и налогов на величину национального производства и дохода прямо противоположна.

Анализ фискальной политики предполагает объединение мультипликационных эффектов бюджетно-налоговой политики.

Предположим равное увеличение правительственных расходов и налогов. Тогда под влиянием роста правительственных расходов совокупный спрос возрастает, а под влиянием увеличения налогов сократится. При этом, поскольку мультипликатор правительственных расходов сильнее налогового мультипликатора, окончательный, суммарный результат будет состоять в приросте выпуска продукции, равном увеличению налогов и правительственных расходов [5].

Фискальная политика, предусматривающая равное увеличение налогов и правительственных расходов, приводит к эффекту сбалансированного бюджета, суть которого состоит в том, что равное изменение государственных расходов и налогов приводит к изменению равновесного выпуска на ту же величину.

Дискреционная бюджетно-налоговая политика построена на автоматических стабилизаторах, которые автоматически смягчают колебания ВНП посредством уменьшения величины мультипликатора. Наиболее важными автоматическими стабилизаторами считаются налоги, пособие по безработице, индексация доходов, субсидии сельскому хозяйству.

В экономике наблюдается спад, т.е. личные доходы и доходы предприятий снижаются, то автоматически уменьшаются и налоги, что при прочих равных условиях, смягчает последствия сокращения совокупного спроса, помогает стабилизировать выпуск продукции. При этом переход к более низкой налоговой ставке повышает значение мультипликатора, помогает экономике выйти из состояния спада. Однако в результате снижения налогов, возникает или возрастает бюджетный дефицит [4].

Во время инфляции доходы повышаются, налоговые ставки возрастают, значение мультипликатора уменьшается, что способствует сокращению совокупного спроса и объема выпуска и снижению цен. Таким образом, способность налоговой системы сокращать налоговые изъятия во время спада и повышать их в период инфляции являются мощным автоматическим стабилизатором экономики.

Аналогичное воздействие на экономику оказывают пособия по безработице. Когда занятость высока, фонд занятости возрастает и оказывает сдерживающее давление на совокупные расходы, в период низкой занятости, средства фонда интенсивно расходуются, поддерживая потребление и смягчая падение производства. Таким образом, стабилизаторы работают в обоих направлениях – и в сторону повышения и в сторону понижения [2].

Однако встроенные стабилизаторы не могут полностью разрешить все макроэкономические проблемы. Они смягчают колебания цикла, но не могут устранить их причину, поэтому автоматическая фискальная политика дополняется дискреционной, которая ведет к возрастанию бюджетного дефицита в периоды спада и бюджетному излишку во время инфляции.

Дискреционная бюджетно-налоговая политика проводится по усмотрению правительства, на основе его решений и осуществляется через государственные закупки товаров, государственные трансферты и налоги. Это приводит к увеличению совокупных расходов на рынке и стимулирует рост совокупного спроса, а, следовательно, производство ВНП. Соответственно снижение государственных расходов будет означать сокращение совокупных расходов и равновесного уровня ВНП [6].

Дискреционная бюджетно-налоговая политика включает в себя:

– осуществление программ занятости, ставящих своей целью обеспечение безработных работой за счет средств государственного бюджета;

– реализация социальных программ, которые позволяют стабилизировать экономическое развитие, когда сокращаются расходы и обостряется нужда;

– изменение объема налоговых изъятий путем введения или отмены налогов или изменения налоговых ставок. Изменяя налоговую ставку, правительство может удержать доходы от сокращения в период спада или наоборот, сократить располагаемый доход в период бума. Изменение налоговой ставки может быть использовано также в целях воздействия на инфляцию.

В зависимости от стадии экономического цикла дискреционная бюджетно-налоговая политика бывает стимулирующая (экспансионистская), нейтральная или сдерживающая. Экспансионистская фискальная политика направлена на оживление экономической активности в стране, рост совокупного спроса. Проводится на понижательной части волны экономического цикла, путем снижения налоговых ставок, предоставления налоговых льгот, роста государственных расходов.

Рецессия – это спад производства, который характеризуется нулевым или отрицательным ростом основного макроэкономического показателя – внутреннего валового продукта (ВВП), длящийся в течение полугода или большего промежутка времени. Рецессия является одной из фаз экономического цикла, которая всегда следует за периодом экономического подъема, сопровождающимся достижением пиковой точки деловой активности, и предшествует фазе экономического кризиса и депрессии. Именно в таком состоянии, в состоянии рецессии, оказалась экономика подавляющего большинства стран мира в настоящее время. Таким образом, экономический рост обязательно сменяет рецессия экономики.

В зависимости от факторов, служащих началом фазы спада в экономике, выделяют три типа рецессии. В первом случае рецессия экономики возникает под воздействием незапланированных и очень глубоких изменений рыночных условий. К числу явлений, влекущих за собой такие последствия и собственно к рецессии, можно отнести войны или резкое изменение мировых цен на природные ресурсы, а точнее – на нефть. Рецессия экономики, вызванная подобными явлениями, особенно опасна. Такую рецессию невозможно предугадать, предусмотреть, поэтому они очень болезненно сказываются на экономике страны. Предпосылки второго типа рецессий носят скорее политический или даже психологический характер. К числу таковых можно отнести снижение уровня доверия потребителей или растущая неуверенность среди предпринимателей или инвесторов. Такая рецессия является менее вредоносной для экономики страны, при этом сложившуюся ситуацию довольно просто исправить путем снижения процентных ставок или искусственного создания некоторого ажиотажа в экономике. Рецессия третьего вида проявляется, когда экономика теряет свое равновесие, и характеризуются стремительным ростом долгов и падением котировок на рынках капиталов и акций [8].

Предпосылками складывающегося в последнее время мирового экономического спада и соответственно рецессии явились рост цен на сырьевые товары, вызванный активным потреблением, необоснованно большое количество выданных ипотечных кредитов заемщикам с высокой степенью риска, а также бурное развитие деятельности спекулянтов, создавших целый мир фиктивного капитала. Рецессия экономики неизбежно приводит к кризису, а в худшем случае – к затянувшейся депрессии. Избежать этого процесса невозможно, однако государство, играющее важную роль в процессе восстановления экономики, может существенно сократить время рецессии и уменьшить масштабы последствий экономического спада в отдельной взятой стране и мире в целом [7].

Итак, автоматические стабилизаторы могут смягчить цикличность экономического развития, сократить амплитуду колебаний деловой активности. Однако их недос-

таточно, чтобы устранить экономическую нестабильность, скорректировать макроэкономические результаты, и они должны дополняться мерами дискреционной политики.

Список литературы и источников:

1. Липсиц И. В. Экономика. «КноРус» – М.: КНОРУС, 2011. – 312 с.
2. Николаева И. Н., Казиахмедов Г. М. Экономическая теория. ЮНИТИ-ДАНА, издательство, 2005 г. – 543 с.
3. Григорьева Е.А., Оганесян Л.Л., Фоменко Е.В. Анализ оптимальных путей и возможностей диверсификации туристского продукта на территории г. Краснодара. Экономика и предпринимательство. 2014. № 11-3. С. 358-363.
4. Павлюшкевич Т.В. Специальные налоговые режимы и принципы их построения Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013. № 4. С. 264-268.
4. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л. Эффективность использования сетевых структур в повышении конкурентоспособности экономики// Журнал «Экономика и предпринимательство», №5, 2013. С. 78-82.
5. Якимова О.А., Лыкова О.С., Павлюшкевич Т.В. Современная налоговая политика Российской Федерации в ближайшей перспективеЭкономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2014. № 2 (62). С. 280-292.
6. Мировой кризис: новости и прогноз: [Электронный ресурс]: URL: http://www.crizis.org
7. Издательство «Грамота»: [Электронный ресурс]: URL: http://www.gramota.net
8. Портал «Академик»: Словари и энциклопедии [Электронный ресурс]: URL: http:// www.dic.academic.ru

Д. ЯКОНОВ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
И.Н. ШАМРАЙ
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ПЕРЕПИСЬ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ

Аннотация.Статья посвящена значению и сущности переписи населения. Также внимание уделяется историческому аспекту возникновения и проведения переписей и их особенностям.

Ключевые слова: статистическое наблюдение, перепись, микроперепись, население.

Annotation. The article is devoted to value and essence of population census. Also the attention is paid to historical aspect of emergence and carrying out censuses and their features.

Keywords: statistical supervision, census, microcensus, population.

Статистическое наблюдение является одним из главных методов статистики и важнейшим этапом статистического исследования. В современном обществе основные статистические сведения о развитии экономики дают предприятия в статистической отчетности. Когда же необходимо получить сведения, отсутствующие в отчетности, проводят специально организованное наблюдение. Наиболее простым примером такого наблюдения является перепись. Российская практическая статистика проводит переписи населения, материальных ресурсов, многолетних насаждений, неустановленного оборудования, строек незавершенного строительства, оборудования и др.

Переписями называются специально организованные периодические или единовременные статистические наблюдения, которые проводятся одновременно, по единой программе и методике. Перепись характеризует состояние изучаемого явления на определенный момент времени, как бы фотографирует действительную картину. Переписи требуют длительной и тщательной подготовки. Она ведется в двух направлениях:

- по линии составления программы переписи и программы разработки материалов переписи, составления формуляров и инструкций по их заполнению;

- по линии организационной подготовке проведения переписи.

Каждый гражданин так или иначе участвовал в переписи населения. Перепись населения – это сбор, обобщение, изучение и распространение демографических, экономических и социальных данных, относящихся по состоянию на определённое время ко всем лицам. Всероссийская перепись населения представляет собой сбор сведений о лицах, находящихся на определенную дату на территории Российской Федерации, и проводится на всей территории Российской Федерации в соответствии с официальной статистической методологией в целях формирования официальной статистической информации о демографических, экономических и социальных процессах.

Если ссылаться на статью 3 Федерального закона «О Всероссийской переписи населения», то перепись населения проводится не реже чем один раз в 10 лет. Именно 10 лет – это как раз тот период, за который успевает подрасти и выйти во взрослую жизнь новое поколение. Кроме того, большинство государственных программ развития страны рассчитаны на 10 лет, и перепись дает возможность увидеть их результаты, руководствуясь результатами статистики. Вместе с тем, переписи могут проводиться и в более короткие сроки.

Так, например, в России последняя перепись проводилась в 2010 году. Однако, для информационного обеспечения анализа выполнения мероприятий, предусмотренных на II этапе реализации Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года и по рекомендациям Стат. Комитета ООН в России планируется проведение микропереписи в октябре 2015 года на основе приказа Росстата от 22 февраля № 74 «О проведении федерального статистического наблюдения «Социально-демографическое обследование (микроперепись населения) 2015 года».

Рассмотрим исторические аспекты возникновения и проведения переписей.

Переписи проводились ещё в Древнем Китае и Древнем Риме. Первая перепись на территории Руси была проведена в Киеве, где монголы в 1245 году провели первую перепись в целях наложения дани. В 1255-57 годах присланные центральным монгольским правительством численники проводят первую перепись населения Владимирской Руси в целях установления нормы налогообложения. С этого времени и начинается регулярный сбор дани, который осуществляют присланные центральным монгольским правительством баскаки. Русская Церковь была освобождена монголами от выплаты дани. После карательной экспедиции Бурундая в 1260 году перепись населения была проведена в Галиче и Волыни. В Восточной и Северной Руси осуществлялись две общих переписи. В 1258-1259 гг. подсчет населения производился в Великом княжестве Владимирском и в Новгородской земле. В 1274-1275 гг. еще одна перепись была проведена в Восточной Руси, а также в Смоленске. После этого монголы больше не прибегали к всеобщей переписи, используя данные предыдущих в качестве основы для налогообложения. В соответствии с основными принципами монгольской политики монгольская перепись («число» - по-русски) имела две основных цели: установить количество возможных рекрутов и определить общее число налогоплательщиков. Соответственно и термин «число» имел два значения: количество воинов, которые должны быть навербованы, и перепись населения с целью взимания налогов. Именно в свете этого двойного значения нам следует подходить к проблеме числовых разделений, установленных монголами на Руси.

В современную эпоху метод переписей получил развитие начиная с XIX века. Первая Всеобщая перепись населения состоялась в 1897 году. В Российской империи организацией проведения переписей, обработкой и публикацией их результатов занимался Центральный статистический комитет при МВД. После революции, с 1918 года эти функции были переданы Центральному статистическому управлению РСФСР (после образования СССР, с 1923 года – ЦСУ СССР). После распада СССР (1991 год) в

Российской федерации вопросы переписей находятся в ведении Федеральной службы государственной статистики.

Важнейшими по значению и тяжелейшими по организации и исполнению для стат. органов работ были Всесоюзные переписи населения по состоянию на 6 января 1937 года и на 17 января 1939 года. Как известно, итоги переписи 1937 года, по указанию И.В. Сталина, были забракованы и признаны дефектными, а организаторы переписи, в том числе большая группа руководителей и ведущих специалистов стат. органов в центре и в республиках, были обвинены во вредительстве, в преднамеренном занижении показателей текущего учета населения. Начальник ЦУНХУ Госплана СССР И. Краваль был арестован и расстрелян. Репрессиям подверглись и многие другие должностные лица в системе стат. органов страны. Суть «обвинений» их в «фальсификации итогов переписи 1937 года» заключалась в том, что по данным переписи общая численность населения СССР составила 162 млн. человек против 168 миллионов по текущему учету населения еще на конец 1933 года. При этом высшее партийное и советское руководство СССР не хотело признавать того, что такая потеря численности населения вполне могла быть результатом проводившихся в начале 30-х годов мер по насильственной коллективизации в сельском хозяйстве и связанных с ней последствий всенародного голода и мора в ряде регионов страны в первой половине 30-х годов, политических и других массовых репрессий, начатых к тому времени повсеместно среди населения страны.

Великая Отечественная война 1941-1945 годов многое и круто изменила в методах организации и программах статистических работ. Органы гос. статистики сыграли большую роль, прежде всего в деле выявления и мобилизации имеющихся на местах ресурсов, остро необходимых для целей обороны страны («моментальные» переписи). Выявление наличия материальных и трудовых ресурсов, необходимых для решения неотложных оборонных задач. Сбор оперативных сведений о состоянии важнейших отраслей народного хозяйства и стратегически важных предприятий в стране.

При этом их работы проводились не только в невероятно короткие сроки и в труднейших экономических и организационных условиях в стране, но и при «кадровом голоде» в самой системе, что потребовало от работников плановых и статистических органов постоянного напряжения сил, в основном, женщин и молодежи.

В военные и первые послевоенные годы (1946-1948) стат. органами проводились только строго централизованные статистические работы; при этом большое значение придавалось и часто проводились через местные статистические органы срочные единовременные учеты и переписи, в первую очередь так называемые«моментальные» переписи материальных ресурсов и промышленного оборудования, транспортных средств.

В СССР переписи населения были проведены в 1926, 1939, 1959, 1970, 1979 и 1989 годах. Всесоюзная перепись 1989 г. позволила получить полную и детальную информацию о численности и составе населения СССР по полу, возрасту, семейному составу, национальности, занятиям, общественным группам, а также о размещении населения по территории страны. Программа переписи состояла из 13 вопросов сплошной переписи и 8 выборочной переписи, охватившей 25% постоянного населения. Впервые за послевоенные годы осуществлялось изучение жилищных условий. Предыдущая Всероссийская перепись населения состоялась в 2002 году, последняя – в 2010 году.

При подготовке переписи важно правильно установить критический момент переписи, период переписи, способ сбора сведений.

Критический момент переписи – это тот момент счета, т.е. день и час, к которым приурочен сбор сведений. При переписи населения в 1970 г. таким моментом было 12 часов ночи с 14 на 15 января. И хотя перепись началась в 8 часов утра 15 января и продолжалась в течение 8 дней, сведения о населении регистрировались по состоянию на

критический момент. Перепись 1989 г. проводилась в период с 12 по 19 января. Учитывалось, что 12 января пришлось на середину недели, когда подвижность населения ниже, нежели в начале или в конце недели и то, что к этому времени закончились каникулы у школьников и не начались каникулы у студентов. Критический момент переписи 1989 г. был установлен на 12 часов в ночь с 11 на 12 января.

Данные о численности, размещении и составе населения относятся к важнейшим статистическим показателям. Они играют важную роль в системе показателей планового развития экономики, культуры, повышения материального благосостояния людей, используются как для оценки достигнутого уровня экономического роста, так и для текущего и перспективного планирования размеров производства промышленной и сельскохозяйственной продукции, трудовых ресурсов и т.д.

В развитом демократическом обществе полная и точная информация о населении дает важные исходные данные для управления всеми сферами жизни общества.

Для составления научно-обоснованных планов нужно иметь подробную демографическую и социально – экономическую характеристику населения. Перепись населения – это массовая статистическая операция, цель которой – учет численности и состава всего населения на той территории, на которой она производится. Из данного определения видно, что предметом учета при переписях является население. С первого взгляда кажется, что понятие «население» является достаточно четким и ясным. Однако практика показывает, что могут быть различные его толкования, от чего зависят не только результаты, но также методы и организация производства переписей.

Наша страна имеет большой опыт в организации переписи и учета населения. Общепризнанными является полнота и достоверность получаемых данных. По классификации ООН Россию относят к странам, имеющим надежные данные о населении. Постоянно ведется работа по дальнейшему повышению их качества и обеспечению подробных сведений для практических и научных целей.

Данные, характеризующие человека в разрезе экономических наук (имущественное положение, а также результаты деятельности социальных и профессиональных групп людей как субъектов народнохозяйственных отношений), в ходе переписей населения, как правило, не собираются. Этой задаче посвящена группа отраслевых переписей. Среди них выделяются сельскохозяйственные переписи, проводимые для нужд аграрной статистики, а также других заинтересованных государственных ведомств

Перепись населения представляет собой основной источник сведений о населении, в том числе и таких, которые иначе, как при переписи, получить невозможно (например, об этнической принадлежности людей по их самоопределению или о фактическом брачном состоянии). Путем статистической обработки материалов переписи населения получают сведения о численности и распределении жителей по самым различным признакам в их сочетании.

Характерными особенностями переписи являются: одновременность проведения ее на всей территории, которая должна быть охвачена обследованием; единство программы-наблюдения; регистрация всех единиц наблюдения по состоянию на один и тот же критический момент времени. Программа наблюдения, приемы и способы получения данных по возможности должны оставаться неизменными. Это позволяет обеспечить сопоставимость собираемой информации и получаемых в ходе разработки материалов переписи обобщающих показателей. Тогда можно не только определить численность и состав исследуемой совокупности, но и проанализировать ее количественное изменение в период между двумя обследованиями.

В современном обществе основные статистические сведения о развитии экономики дают предприятия в статистической отчетности. В то же время потребности государства в разносторонних статистических материалах настолько велики, что наряду со статистической отчетностью большое значение имеют и статистические переписи. Материалы переписей дополняют, а в ряде случаев проверяют материалы отчетности.

Значение численности, размещения и состава населения (по различным признакам) необходимо для планирования и управления экономической и социальной жизнью страны.

Сведения, получаемые в результате проведения переписей населения, необходимы для формирования государственного бюджета, уменьшения безработицы, укрепления обороноспособности страны, для выделения финансовых средств на пенсионное обеспечение, здравоохранение, образование, строительство дорог и жилья и решения многих других социальных проблем.

Для составления научно-обоснованных планов нужно иметь подробную демографическую и социально-экономическую характеристику населения. Необходимо знать численность мужчин и женщин, как они распределяются по возрасту, сколько человек живет в городе и селе, работает в промышленности и в сельском хозяйстве, торговле и других отраслях, сколько учится, каков уровень образования населения, как оно распределяется по общественным группам, источникам средств существования и т.д.

Тщательно подготовленная перепись обеспечивает получение данных, которые используются в качестве основы для производства текущих демографических расчетов в межпереписной период.

Переписи – не единственный источник сведений о населении. Наряду с переписями такими источниками являются текущий статистический учет и выборочные обследования. Однако у этих источников разные задачи, и они не могут заменить друг друга. В тоже время между ними имеется тесная связь: каждый источник дополняет или продолжает другой, и поэтому важно, чтобы при разработке программ наблюдения обеспечивалась взаимная увязка соответствующих показателей. Сами по себе данные этого учета не могут характеризовать демографические процессы. В сопоставлении с данными о численности населения, полученными по материалам переписей, они позволяют уже измерять, сравнивать, анализировать и прогнозировать интенсивность и тенденции демографических процессов.

Таким образом, потребности государства в разносторонних статистических материалах настолько велики, что все большое значение приобретают статистические переписи. Перепись населения проводится с с целью определить перспективы социально-экономического развития страны. Итоги переписи населения имеют долгосрочную перспективу и способствуют принятию решений по повышению уровня жизни населения. Культурно-историческое значение переписи состоит в том, что она дает возможность будущим поколениям узнать о том, как жили россияне в XX – и начале XXI века.

Список литературы и источников:

1. Аксянова А.В., Валеев Н.Н., Гумеров А.М. Теория и практика статистики. - М.: Инфра-М, 2009.
2. Акулич М.В. Социально-экономическая статистика. - М.: ТетраСистемс, 2009.
3. Балдин К.В. Общая теория статистики. - М.: Дашков и К, 2008.
4. Батракова Л.Г. Теория статистики. - М.: КноРус, 2009.
5. Бычкова С.Г. Социально-экономическая статистика. - М.: Высшее образование, 2009.
6. Иванов Ю.Н. Экономическая статистика. - М.: Инфра-М, 2009.
7. Информационные материалы о предварительных итогах Всероссийской переписи населения 2010 г.
8. Ионин В.Г., Харченко Л.П., Глинский В.В. Статистика. - М.: Инфра-М, 2008.
9. Курникова Е.Л., Тарлецкая Л.В. Основы статистики. - М.: МГИМО, 2008.
10. Курс социально-экономической статистики / Под ред. Назарова М.Г. - М.: Омега-Л, 2009.
11. Матегорина Н.М. Экономическая статистика. - М.: Феникс, 2008.
12. Мелкумов Я.С. Социально-экономическая статистика. - М.: Инфра-М, 2008.
13. Харченко Н.М. Экономическая статистика. - М.: Дашков и К, 2008.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Л. БУДАГЯН
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
К. ДОМАНЦЕВИЧ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А. ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Аннотация. Успех любой организации зависит от множества факторов и одним из важных аспектов общего восприятия и оценки компании является впечатление, которое она производит, поэтому современные предприятия вплотную сталкиваются с необходимостью формирования и развития своего позитивного имиджа. Особое значение он приобретает для сферы услуг, ибо в силу специфики самих услуг (в частности, нераздельности процессов их производства и потребления, непостоянства качества и т.п.) потребители при выборе их производителя все больше опираются на его имидж.

Ключевые слова: конкурентоспособность, имидж, организация.

Annotation. The success of any organization depends on many factors and one of the important aspects of the overall perception and assessment of the company is the impression which it produces, so modern enterprises are faced with the need to close the formation and development of its positive image. Of particular importance, he acquires for the services sector, because due to the specifics of the services themselves (in particular, the inseparability of the processes of production and consumption, quality of impermanence, etc.) when selecting their products increasingly rely on its image.

Keywords: competitiveness, the image of the organization.

В настоящее время в период развития рыночных отношений, в связи с необходимостью закрепления своих позиций на рынке любая организация или компания, а также каждый отдельно взятый человек должны нести ответственность за плоды своего труда перед обществом, в котором они функционируют. В современных условиях развития экономики, когда в крупных экономических проектах активное участие принимают широкие массы, учет общественного мнения, умение воздействовать на него, гармонизация общественных связей становятся непременными условиями развития товарно-денежных отношений.

Происходит формирование и развитие горизонтальных связей между структурами нового рыночного общества, где развита конкуренция и соответственно вырастает значение получения гражданами достоверной информации об организации, то есть изменение экономических, социальных и политических условий требует от организации самопрезентации для того, чтобы быть узнаваемой и эффективно работать на рынке.

Каждая организация имеет свой образ в сознании других участников рынка, независимо от того, осознает она это или нет.

Специфичность деятельности по формированию корпоративного имиджа – воздействие на общественное мнение. Целенаправленная работа по созданию и управлению корпоративным имиджем должна состоять из нескольких процессов: от изучения общественного мнения, запросов населения при помощи прикладного социологического исследования, до реализации запросов при принятии и исполнении управленческих решений путем воздействия на персонал организации, потребителей ее товаров или ус-

луг, следовательно в данной работе речь идет о междисциплинарном исследовании корпоративного имиджа, особенностей его формирования и продвижения на рынке.

Проблема имиджа (предприятия, товара, человека, города, руководителя и т.д.) привлекает повышенное внимание исследователей и специалистов-практиков. Имидж-категория, универсально применимая к любому объекту, становящемуся предметом социального познания: к человеку, организации (корпоративный имидж), социальной позиции (имидж политического деятеля), профессии (имидж юриста), образованию (имидж выпускника Саратовского государственного университета), а также: к торговой марке («Машенька»), к предметам (имидж брильянта), к отдельным потребительским характеристикам материальных объектов (имидж качества).

Не претендуя на абсолютную бесспорность, предлагаем следующее определение имиджа. Имидж – это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта, содержит в себе значительный объём эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определённому социальному поведению. Данный подход, на наш взгляд, позволяет лучше и последовательнее увидеть, что имидж – это искусственно сформированный и эмоционально окрашенный образ, который всегда побуждает объект имиджа к определенной реакции на него.[11]

Термин «организация» в общем виде означает строение, устройство чего-либо. В управлении это понятие обычно используется для обозначения совокупности людей, групп, объединенных для достижения какой-либо цели с использованием принципов разделения труда, обязанностей и на основе определенной структуры. Таким образом, организация – это функция управления, управленческое средство достижения цели и одновременно форма объединения людей, осуществляющих совместную деятельность. Исходя из сказанного выше, можно признать наиболее полным определение Т.М.Баландиной, из которого следует, что всякая организация представляет собой единство взаимосвязанных, взаимодействующих и дополняющих друг друга социальных индивидов, осуществляющих определенную совместную деятельность для достижения неких общих целей.[2]

Образ организации, сформированный в общественном сознании, целостное восприятие организации разными социальными группами можно определить как имидж организации.

Имидж организации, пожалуй, является одним из наименее изученных в теоретическом аспекте, но вызывающим специальный интерес у ученых-прикладников. Исследование корпоративного имиджа предполагает изучение факторов и механизмов его формирования, функционирования и трансформации в организациях, политических партиях и объединениях, в учебных заведениях, на радиостанциях и др.

А.К. Семенова считает, что корпоративный имидж – специально проектируемый в интересах фирмы, основанный на особенностях деятельности, внутренних закономерностях, свойствах, достоинствах, качествах и характеристиках образ, который целенаправленно внедряется в сознание (подсознание) целевой аудитории, соответствует ее ожиданиям и служит отличию фирмы (товара, услуги) от аналогичных.[3]

А.В. Карпов дает следующее определение имиджа организации: имидж организации – это сложившийся во внешней среде организации ее образ, основанный преимущественно на ее специфических и позитивных особенностях.[4]

Ф. Котлер утверждает: имидж – это восприятие организации или ее товаров обществом. Организация работает над своей индивидуальностью или позиционированием товаров, чтобы воздействовать на формирование имиджа.[6]

Как видно, существует огромное количество определений имиджа, все они отражают конкретные аспекты, стороны этого феномена. Анализируя мнения, подходы различных авторов, необходимо остановиться на следующих, на наш взгляд, принципиальных позициях: Во-первых, имидж организации есть отражение в сознании людей

всей структуры, а точнее совокупности значимых характеристик данной организации. Во-вторых, содержание имиджа структурируется в соответствии с характером социальных отношений, в которые включены данная организация и воспринимающие ее люди. Общество, государство, организация существуют не в идеальном состоянии, в каждый конкретный период они обладают социогенетическими и ситуационными особенностями, которые воздействуют на сознание конкретных людей. Указанные социальные институты находятся под объективным воздействием исторически сложившихся и складывающихся факторов, которые формируют устойчивую основу имиджа конкретного субъекта. Например, для деловых партнеров более важны финансовые показатели деятельности конкретной организации, для сотрудников –система социальных трансфертов. В-третьих, для руководства организации очень важно адекватно оценивать свой имидж, т.е. иметь реальное представление о том, как организация воспринимается персоналом, собственниками, деловыми партнерами.

Таким образом, имидж организации – это образ организации, сформированный в общественном сознании. Имидж есть целостное восприятие (включающее понимание и оценку) организации различными группами общественности. Каждая организация выполняет много функций или ролей. Она – производитель товаров, услуг, работодатель и создатель прибыли. Организация управляет ресурсами, реализуя собственные интересы и интересы общества в целом. Она вносит вклад в общую культуру. Как часть сложной системы, организация действует на различных ее уровнях: 1) социокультурный уровень;2) отраслевой уровень; 3) уровень предприятия; 4) уровень продукта, марки товара.[10]

Однако необходимо подчеркнуть, что одна и та же организация может по-разному восприниматься разными группами общественности, поскольку критерии этих групп в отношении к организациям различаются.

Для международной общественности организации стремятся быть«корпоративными гражданами мира», для партнеров важна высокая конкурентная позиция. Кроме того, существует внутренний имидж организации – как представление персонала о своей организации. Организация может иметь несколько имиджей, для каждой группы общественности свой. Синтез представлений об организации различных групп общественности создает более общее и емкое представление об организации[8, с.152].

Имидж выступает не только как явление, включенное в систему деятельности субъекта, но и как возникающее в процессе деятельности, являющееся ее продуктом. Имидж – результат активности со стороны субъекта, и в то же время имидж сам влияет на действия, мысли, желания конкретного человека, группы.

Особенностью имиджа организации является то, что он ориентирован на восприятие. Цель его состоит в том, чтобы у субъектов, находящихся вне и внутри организации, сложился образ данной организации, способствующий достижению целей и задач, которые ставит руководство. Иными словами, корпоративный имидж всегда функционален, с его помощью решаются поставленные задачи [8]. По степени их характеру решения этих задач корпоративный имидж оценивается как более или менее эффективный.

Имидж организации можно разделить на два типа: внешний имидж (общественное мнение об организации, качество продукта, реклама, общественная деятельность фирм) и внутренний имидж (атмосфера внутри организации, представления сотрудников о своей организации).

Внутренний и внешний имиджи одного и того же объекта могут сильно отличаться. Это как бы два взгляда с противоположных сторон на один объект, две социально-психологические характеристики. Нужно отметить, что в основе внутреннего имиджа организации лежит корпоративная культура (совокупность используемых неформальных процедур или преобладающая в организации философия, обусловливающая пред-

почтения относительно способов достижения организационных целей и объясняющая причины текущего состояния организации).

Содержание понятия имиджа организации включает в себя две составляющие.

1. Описательную или информационную, которая представляет собой образ организации.

2. Оценочную, существующую в силу того, что любая информация об организации побуждает оценки, эмоции, которые могут обладать различной интенсивностью, могут приниматься или отвергаться.

Люди оценивают образ организации сквозь призму своего прошлого опыта, ценностных ориентаций, норм и принципов и т.д.

Не стоит забывать, что требуется значительное время для изменения сложившихся стереотипов и представлений людей о какой-либо организации. Согласно теории когнитивного диссонанса Фестингера, представления, чувства и идеи, вступающие в противоречие с другими представлениями, чувствами и идеями индивида, приводят к нарушению гармонии личности, к ситуации психологического дискомфорта. Испытывая ситуацию внутреннего дискомфорта, человек склонен предпринимать действия, которые способствуют восстановлению утраченного равновесия. Поэтому очень важно, чтобы каждый элемент структуры имиджа был информационно наполнен самой организацией. В противном случае массовое сознание, в силу определенных стереотипов, наполнить недостающий элемент самостоятельно, что не всегда может пойти на пользу организации. В последующем, внедряя в массовое сознание новую информацию, придется преодолевать барьер уже существующей установки. Таким образом, под имиджем организации, в основном, подразумевают: 1) константы фирменного стиля, их трансляцию в рекламных текстах; 2) впечатление, складывающееся у потребителей об организации в целом, что автоматически переносится на ее продукцию.[5]

Создание имиджа организации призвано: 1) показать размах организации; 2)информировать об ассортименте и качестве товаров и услуг; 3) информировать о традициях и времени создания организации; 4) продемонстрировать профессионализм сотрудников организации.[10]

Для предпринимательской деятельности в большинстве случаев характерна высокая степень конкуренции. Под конкуренцией понимается соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели. С точки зрения предприятия, такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя.

Степень развития рынка в городах, сложность работы на нем во многом диктуются особенностями конкурентной среды. Являясь наиболее чувствительным индикатором активности предприятия, она определяет многие маркетинговые характеристики: объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирования сбыта и т.д. Кроме того, через призму взаимоотношений между конкурентами наиболее быстро и четко проявляются изменения, происходящие на рынке, так как именно соперничество является основным двигателем рыночных процессов.

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Она определяет способность объекта выдерживать конкуренцию с аналогичными объектами на данном рынке. Конкурентоспособность – этот главный фактор развития общества – представляет научную и практическую ценность.

Организационные меры, направленные на повышение конкурентоспособности предприятия, можно свести к следующим:

– обеспечение качественных показателей, создающих приоритетность продукции фирмы на рынке;

– выявление преимуществ и недостатков товаров-аналогов, выпускаемых конкурентами, и соответствующее использование этих результатов на своём предприятии;

– изучение мероприятий конкурентов по совершенствованию аналогичных товаров, с которыми они выступают на рынке, и разработка мер, дающих преимущества по сравнению с конкурентами;

– определение возможных модификаций продукта путём повышения качественных характеристик, например, таких как, надёжность, улучшение внешнего оформления (дизайна);

– выявление и использование ценовых факторов повышения конкурентоспособности продукции, в том числе, применяемых предприятиями-конкурентами (скидок с цены, гарантий);

– дифференциация продукции, обеспечивающая относительно устойчивое предпочтение покупателей, отдаваемое определённым видам взаимозаменяемых продуктов.

Значение ценовой конкуренции в этих условиях снижается, поскольку покупатели руководствуются сложившимися предпочтениями в отношении качества продукции, репутации предприятия-производителя и другого; а также проведение активной рекламной деятельности, предоставления денежного в частности, путём рассрочки платежа.

Имидж предприятия зачастую является его наиболее важным конкурентным преимуществом. Это связано с природой предоставления услуг. Услуги неосязаемы, неотделимы от источника, не сохраняемы, непостоянны в уровне качества. Положительный имидж услуг является гарантией их качества. Имидж повышает конкурентоспособность предприятия на рынке путем привлечения потребителей и партнеров и облегчения доступа к ресурсам. [9]

Применительно к специфике сферы имидж можно определить как символ, обозначающий принадлежность продукции предприятия к определенной категории продукта. Смысловое значение имиджа является тем, что оно символизирует: как в целом, так и конкретно для каждого человека. В связи с этим покупка, основанная исключительно на образе услуги, имеет преимущества потому, в сознании покупателя сохраняется мысленный образ услуги предприятия.[11]

В числе маркетинговых инструментов повышения конкурентоспособности фирмы на рынке весьма значительную роль играет корпоративный имидж, который представляет собой образ, сложившийся у различных групп общественности (потребителей, поставщиков, заказчиков, партнеров, акционеров, персонала) под влиянием полученной информации о разных сторонах деятельности предприятия, оцениваемой через призму прошлого опыта, ценностных ориентации, общепринятых норм и моральных принципов, и определяющий установки потребителя и его действия по отношению к данной компании. Влияние корпоративного имиджа на потенциал конкурентоспособности обусловлено тем, что позитивный имидж, создавая дополнительную потребительскую ценность, способен привлекать потенциальных потребителей, повышать степень удовлетворенности и лояльности существующих покупателей, поддерживать и усиливать их приверженность фирме, что адекватно отражается на ее финансовых результатах и рыночной стоимости бизнеса.

Конкурентоспособность фирмы сегодня - это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности.

Список литературы и источников:

1. Утлик Э.П. Практическая психология имиджа / Э.П. Утлик // Вестник МГУ. Серия Управление. 1999. № 2. С. 5-10.

2. Баландина Т.М. Социология управления / Т.М. Баландина. Саратов: СГСЭУ, 2005. 196 с.

3. Семенова А.К. Психология и этика менеджмента / А.К. Семенова, Е.Л. Маслов. М.: Издат. дом «Дашков и К°», 2000. 276 с.
4. Карпов А.В. Психология менеджмента: учеб.пособие / А.В. Карпов. М.: Гардарики, 1999. 584 с.
5. Перелыгина Е.Б. Психология имиджа: учеб.пособие / Е.Б. Перелыгина. М.: Аспект Пресс, 2002. 223 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. М.: Прогресс, 1998. 620 с.
7. Вишнякова М. Концепция формирования имиджа компании (общий подход и рекомендации) / М. Вишнякова // Практический маркетинг. 2001. № 5. С. 25-42.
8. Василенко А.Б. Пиар крупных российских корпораций / А.Б. Василенко. М.: ГУ ВШЭ, 2002. 304 с.
9. Калашникова Л. Формирование имиджа / Л. Калашникова // Электронная служба кадров и персонал. 2005. № 2. С. 30-40.
10. Томилова М.В. Модель имиджа организации / М.В. Томилова // Маркетинг. 1998. № 1. С. 21-26.
11. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение / Б. Джи. М.: Центр, 1998. 416 с.

В.НОВИНСКАЯ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О.В. БЕЛИЦКАЯ
к.э.н., заведующая кафедрой экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

КОНЦЕПЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА И ТЕНДЕНЦИИ ЕЕ СТАНОВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрена сущность социально-этического маркетинга, примеры его использования отечественными и зарубежными компаниями, проблемы внедрения в бизнес-практику российских предприятий.

Ключевые слова: социально-этический маркетинг, социальная ответственность бизнеса, реклама, продвижение, зарубежный опыт.

Annotation. The article deals with the essence of social and ethical marketing, examples of its use by the domestic and foreign companies, introduction problems in business practice of the Russian enterprises.

Keywords: social and ethical marketing, social responsibility of business, advertizing, promoting, foreign experience.

Социально-этический маркетинг – это новое направление в маркетинге, суть которого заключается в ответственном подходе к реализации продукции, в заботе не только личной выгоде предпринимателя, но и о благосостоянии всего общества. Данное направление зародилось в маркетинге не случайно. Основными причинами его появления являются проблемы загрязнения окружающей среды, понимание ограниченности природных ресурсов, ускоряющиеся темпы роста населения [1].

Как утверждал в своих работах основоположник этического подхода в маркетинге Ф. Котлер, решение общественных проблем не только не противоречит интересам бизнеса, но напротив, находится в прямой взаимосвязи с последним. К примеру, повышение благосостояния населения за счет экономии ресурсов обеспечивает повышение платежеспособного спроса на другие товары.

Подобные факторы выходят на первый план в условиях развитых рынков с высоким уровнем конкуренции, когда спрос определяется, в первую очередь, личными предпочтениями покупателя. Если же речь идет об экономическом пространстве с низким уровнем конкуренции, то проблемы формирования спроса и его дополнительного стимулирования у производителя просто не возникает.

На практике концепция социально-этического маркетинга может реализовываться по нескольким базовым направлениям:

- Экологическое – предполагает, что компания-производитель товаров заботится об улучшении состояния окружающей среды через минимизацию загрязнений в процессе производства, создание более экологичной упаковки или безопасных в экологическом плане товаров;

- Оздоровительное – особая ниша товаров для поддержания или улучшения здоровья, включающая в себя не только медицинскую продукцию, но и чистую воду, качественные (в том числе и органические) продукты питания, натуральные ткани и мебель, товары для занятий спортом и т.д.;

- Социальное – подразумевает заботу о повышении благосостояния наименее обеспеченных слоев населения или мероприятия, направленные на удовлетворение общественных нужд.

Для достижения максимально возможной эффективности продаж маркетологи нередко рекомендуют сочетать элементы сразу нескольких направлений. Скажем, в магазине органических продуктов используется только бумажная упаковка, пригодная к дальнейшей переработке, а производитель лекарств проводит рекламную компанию по профилактике того или иного вида заболевания и параллельно – предоставляет скидки на свои товары для покупателей пенсионного возраста [2].

Концепция социально-этичного маркетинга порождена сомнениями относительно соответствия концепции чистого маркетинга нашему времени с его ухудшением качества окружающей среды, нехваткой природных ресурсов, стремительным приростом населения, всемирной инфляцией и запущенным состоянием сферы социальных услуг. Всегда ли фирма, чувствующая, обслуживающая и удовлетворяющая потребности покупателей, действует с учетом долговременного блага потребителей и общества? Концепция чистого маркетинга обходит стороной проблемы возможных конфликтов между потребностями покупателя и его долговременным благополучием.

Заметно повышенное внимание к социальному маркетингу со стороны производителей не самой полезной для здоровья потребителей продукции (с точки зрения общественного мнения), вынужденных отражать постоянные нападки в свой адрес. Социальный маркетинг становится для них ключевым пунктом стратегического развития. Так, лидер мирового рынка в области быстрого питания McDonald’s уже многие годы проводит среди своих клиентов акции, направленные на отчисление небольшой части от стоимости их покупки на решение социальных проблем. В России это помощь конкретным детским домам, реабилитация детей с ограниченными возможностями (проекты в Санкт-Петербурге, Ярославле и Казани), создание условий для совместного проживания тяжело больных детей вместе с их родителями (проект «Семейная комната» реализуется в Москве и Казани). Компания активно участвует в программах по сохранению биоресурсов планеты: инновационные инженерные решения сокращают потребление электроэнергии, в ряде ресторанов сети установлены энергосберегающие устройства – системы отопления за счет солнечной энергии и ветрогенераторы, в овощеводческих хозяйствах начинают использовать «зеленые» удобрения для выращивания экологически чистого картофеля, на молочных фермах – полностью автоматизированные доильные установки. Бумажная коробочка от бургера делается из вторичного сырья. Стакан с молочным коктейлем стал тоньше. Масло, на котором готовилась еда, не выбрасывают, а сохраняют в специальной емкости. Его смешивают с соляркой и получают биотопливо для грузовиков компании. Одна только замена пластиковой миски для салата на бумажную экономит 1900 тонн материалов из невозобновляемых ресурсов. А 300 миллионов деревянных палочек для размешивания кофе делают ненужными восемь десятитонных грузовиков с пластмассой. Держатель, который не позволит клиенту захватить больше одной салфетки за раз, сэкономит тысячи тонн лесоматериалов. Все эти меры призваны привлечь в McDonald’s ответственных потребителей.

Другая «вредная» компания Coca-Cola также стремится к созданию своего положительного имиджа в глазах потребителей. Часть своей прибыли она инвестирует в замену упаковки своей продукции, которая теперь состоит из полностью перерабатываемого сырья. Такую же экологичную упаковку PlantBottle компания создала для компании Heinz (производителя соусов). Coca-Cola является партером Глобального фонда по борьбе со СПИДом, туберкулезом и малярией, помогает защите популяции белых медведей на планете, участвует в собственных программах по улучшению санитарного состояния поселений в Африке и во многих других инициативах. В России Coca-Cola проводит совместные акции с благотворительными фондами «Новые имена», «Дети Марии», «Подари жизнь!». Все эти и другие подобные мероприятия, помимо выполнения важной социальной функции, способствуют росту продаж.

Возможности социального маркетинга стали использовать и не менее одиозные в общественном сознании алкогольные бренды. Среди множества примеров выделим опыт новосибирского завода «Винап», производителя пива «Товарищ Бендер». Частью компании по продвижению продукта стал автопробег по самой разбитой улице Новосибирска. Социальная цель акции состояла в привлечении внимания властей к плохому состоянию дорог города. МощнаяPR-компания в СМИ имела закономерный результат: число участников автопробега значительно превысило ожидаемое. При этом продажи пива марки «Товарищ Бендер» выросли на 5%, а власти уже через неделю после акции начали ремонтировать улицу.

Примеры социального маркетинга можно найти в самых различных сферах деятельности: косметический бренд Avon направляет часть стоимости своих товаров на программу «Вместе против рака груди», реализуемую во многих странах мира, в том числе и в России; сеть британских розничных магазинов Tesco за каждые потраченные покупателем в магазине 10 фунтов стерлингов, предоставляет ему ваучеры, которые можно отдать любой школе на покупку нового компьютерного оборудования (это одна из наиболее успешных сегодня в Великобритании социально ориентированных программ); клиенты российского банка «Сбербанк», участвуя в совместной с Фондом «Подари жизнь!» программе отчисляют 0,3 процента годовых по специальному вкладу на оказание помощи детей с онкогематологическими и другими тяжелыми заболеваниями; российский банк «Уралсиб» 0,5% годовых от вклада «Достойный дом детям» перечисляет Детскому фонду «Виктория»; торговая марка«Зеленые листья» (Приморский край) 10 копеек с каждой проданной упаковки молочных продуктов перечисляет в Фонд детских домов Хабаровска.

Немало крупнейших российских компаний из разных отраслей – Росбанк, Альфа-Банк, ГК Связной, Вымпелком, Газпром, Лукойл, Интеррос, Базэл, Ренова, Норильский никель, Вимм-Биль-Данн – регулярно участвуют в решении серьезных социальных проблем посредством своих уникальных программ. Однако эти инициативы не относятся напрямую к совершенствованию собственных продуктов и стимулированию их продаж, и поэтому не могут быть отнесены к инструментам социального маркетинга. В данном случае речь идет о формировании и развитии политики социально-ответственного и социально-ориентированного бизнеса. В случае с социальным маркетингом нередко возникает терминологическая путаница, к нему охотно причисляют благотворительные акции компаний. В России, для которой данное явление – новая и еще не столь широко распространенная реальность, подобные казусы встречаются чаще обычного. Между тем, как было обозначено выше, социальный маркетинг в коммерческой организации, наряду с решением социальной проблемы, направлен, как и маркетинг традиционный, на получение прибыли. Для этой цели в акции социального маркетинга вовлекаются клиенты компаний (потребители товаров и услуг) [3].

Но все-таки социально-этическая концепция рекламы пока не находит широкого понимания в среде российских рекламистов. Весьма актуальной проблемой современной рекламы является ее влияние на духовное развитие личности и общества. Однако

нарастающие процессы глобализации все серьезнее ставят вопрос о социальной ответственности бизнеса, требующей непременного учета долгосрочных интересов потребителей и общества. Важно отметить реципрокность процессов развития рекламных технологий и контроля за соблюдением прав личности и норм жизни общества, т.е. изменение в одном направлении немедленно влечет изменения в другом [5].

Первый шаг к формированию системы контроля рекламы – Закон Российской Федерации от 13.03.2006 г. №38-ФЗ (ред. от 03.02.2015) «О рекламе» - не дает четких рекомендаций относительно этичности рекламы, а понятия в нем весьма размыты. Для участников рекламного рынка это дает возможность трактовать закон по-своему и приводит к конфликтной ситуации между рекламистами и органами контроля. Так в статье 5 «Общие требования к рекламе» говорится лишь о нарушении неких общепринятых норм гуманности и морали и опорочивании объектов искусства, государственных символов, физических и юридических лиц, деятельности и т.п. В то же время, в законе не указаны никакие четкие критерии упоминаемых норм и методы анализа рекламы. Реальная жизнь потребовала от самих российских рекламистов предпринять некоторые шаги по упорядочиванию норм этичности рекламы. Рекламный Совет России принял Российский рекламный кодекс, в котором термин «этичность рекламы» трактуется как соответствие формы и содержания рекламной информации, условий, порядка, времени и способов ее распространения правилам этики, т.е. совокупности норм поведения, традиций и моральных принципов, сложившихся в обществе. Весьма важным стало упоминание корректности, раскрывая которую, Кодекс, однако, ограничился лишь общим запретом на информацию, провоцирующую страх, насилие и дискриминацию по расе, национальности, религиозности или половозрастным группам, а также усиливающую комплексы внешней непривлекательности у подростков. Крупным достижением стало включение в Кодекс ст.13 «Дети и реклама», предупреждающей различные злоупотребления в отношении личности ребенка. Несомненно, Кодекс – заметный шаг вперед на пути формирования социально-этичной рекламы, но, приходится констатировать, что это пока лишь второй шаг в нужном направлении. При этом современные российские авторы уже отмечают, что ни упомянутые документы, ни Международный кодекс рекламной деятельности, ни Свод правил и обычаев делового оборота рекламы на территории РФ не обеспечивают подлинной психологической безопасности личности в рекламном пространстве в силу того, что деструктивные факторы могут быть недоступны прямому визуальному наблюдению.

Создание общественных советов по рекламе в регионах – третий шаг. На этом этапе проблема отсутствия тщательно проработанных критериев и механизмов анализа и контроля над рекламой со стороны общества начинает серьезно тормозить процесс формирования социально-ориентированного, ответственного бизнеса, соответствующего новому уровню организации общества. Рекламисты руководствуются собственными понятиями об этичном, а контролирующие органы – своими. Четкие рамки, за которыми начинает работать система самозащиты общественной морали, до сих пор не определены. Особенно ярко это видно на примере массированного использования в рекламе эротики и сексуальных символов, гендерных и национально-культурных стереотипов. Данная проблема актуальна не только для России, но и во всем мире. Так во Франции некоторое время назад правительство пообещало компаниям, использующим секс для рекламы товаров, применить определенные репрессивные меры. Было сочтено, что Франция, традиционно использовавшая секс в рекламе гораздо шире, чем любое другое государство, ныне перешла допустимые границы. Задача Национального совета США по наблюдению за рекламной деятельностью – изменение репрезентации образа женщины в рекламе. Подобная программа успешно работает и в Испании. Значительным достижением в создании модели гендерно-этичной рекламы стало принятие в 1996 г. Европейским советом резолюции «Об образе женщины в рекламе и средствах массовой

информации». Такой успех стал возможным благодаря развитию не только гендерной адвертологии, но и активизации женского общественного движения в Европе.

Критики идеи общественного контроля над рекламой в средствах массовой информации обычно ссылаются на свободу печати. Однако, в 2001 г. независимый исследовательский центр РОМИР провел опрос о том, как граждане России относятся к контролю за средствами массовой информации. Оказалось, что подавляющее большинство (71,9%) граждан в целом согласны с необходимостью введения информационного контроля в СМИ [4].

Включение социально-этического маркетинга в политику компании может дать ей массу преимуществ. В частности, это улучшение имиджа и авторитета компании, формирование позитивного восприятия бренда, увеличение количества клиентов, моральное стимулирование сотрудников, возможность социального влияния.

Внедрение принципов социально-этического маркетинга в работу компании является достаточно сложной задачей, однако преимущества новой политики заставляют бизнесменов менять свои взгляды на ведение дела. Нет сомнений в том, что данная тенденция будет набирать всю большую популярность с каждым годом, и совсем скоро социально-этический маркетинг станет обязательным условием работы компаний [1].

Список литературы и источников:

1. Социально-этический маркетинг [Электронный ресурс]: URL: http://delaj-delo.ru/marketing-i-reklama/socialno-eticheskij-marketing.html#ixzz3ToVzz2mt
2. Этика и бизнес: точки соприкосновения [Электронный ресурс]: URL: http://memosales.ru/osnovi/metod-postroeniya-kapitalizma-s-chelovecheskim-licom
3. Ханова А. Социальный маркетинг: теория и практика: [Электронный ресурс]: URL: //http://cloudwatcher.ru/analytics/1/view/92/
4. Лихобабин М.Ю. Оценка этической корректности рекламы как важнейшей формы социально коммуникации // Теория и практика коммуникации. Вестник Российской коммуникативной ассоциации, выпуск 2 / под общей редакцией И. Н. Розиной. - Ростов/н-Д: ИУБиП, 2004. - 244 с. - С. 94-102.
5. Лукин В.К., Григорьева Е.А., Петров Д.В. Эффективность маркетинговой товарной политики // Вестник Академии знаний. 2014. № 1 (8). С. 38-42.

К.ЩЕРБИНА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В. КАТАЕВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А. ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В рыночной экономики роль маркетинга заключается в организации свободного и конкурентного обмена, и эффективной коммуникации между продавцом и покупателем.

Ключевые слова: маркетинг, рыночная экономика, потребитель, сбыт.

Annotation. The role of marketing in a market economy is to organize free and competitive exchange and effective communication between the seller and the buyer.

Keywords: marketing, market economy, consumer, sales.

Маркетинг – одна из основополагающих дисциплин для профессиональных деятелей рынка, таких, как розничные торговцы, работники рекламы, исследователи маркетинга, заведующие производством и т.п. Им необходимо знать, как описать рынок и разбить его на сегменты; как оценить нужды, запросы и предпочтения потребителей в рамках целевого рынка; как сконструировать и испытать товар с нужными для этого

рынка потребительскими свойствами; как посредством цены донести до потребителя идею ценности товара; как рекламировать и продавать товар, чтобы потребители знали его и хотели приобрести.[2]

В условиях рыночной экономики функция маркетинга состоит в организации свободного и конкурентного обмена для обеспечения эффективного соответствия предложения и спроса на товары и услуги. Это соответствие не является спонтанным и требует: организации материального обмена, организации коммуникации.иными словами, информационного потока, предшествующего обмену. сопровождающего его и следующего за ним для обеспечения эффективного соответствия предложения и спроса.

Таким образом, роль маркетинга в обществе состоит в организации обмена и коммуникации между продавцами и покупателями. В данном определении акцентируются задачи и функции маркетинга безотносительно к цели процесса обмена. В такой формулировке он относится как к коммерческой, так и к некоммерческой деятельности и вообще к любой ситуации, в которой осуществляется свободный обмен между организацией и потребителями товаров и услуг, ею предлагаемых.

Что же стоит за понятием "маркетинг"? Большинство ошибочно отождествляют маркетинг со сбытом и стимулированием. Один из ведущих теоретиков по проблемам управления, Петер Друккер, говорит об этом так: "Цель маркетинга – сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель – так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами".[4]

Это вовсе не означает, что усилия по сбыту и его стимулированию теряют свое значение. Речь скорее идет о том, что они становятся частью более масштабного "комплекса маркетинга", т.е. набора маркетинговых средств, которые необходимо гармонично увязать друг с другом, чтобы добиться максимального воздействия на рынок.

Вероятное и уже происходящее ужесточение регулирования маркетинга во всемирном масштабе наводит на самый существенный вопрос: какова же истинная цель системы маркетинга?

Многие руководители делового мира считают, что цель маркетинга - облегчать и стимулировать максимально высокое потребление, которое в свою очередь создает условия для максимального роста производства, занятости и богатства. Эта точка зрения находит отражение в типичных заголовках: "фирма "Ригли" ищет пути заставить людей больше резинки", "Оптики вводят моду на очки, чтобы стимулировать спрос", "Сталелитейная промышленность намечает стратегию роста продаж", "Автомобилестроители пытаются взвинтить сбыт".Согласно этой точке зрения, цель системы маркетинга – достижение максимальной потребительской удовлетворенности, а не максимально возможного уровня потребления. Потребление большого количества жевательной резинки или владение более обширным гардеробом что-то значит только в том случае, если ведет в конечном итоге к более полной потребительской удовлетворенности.

Некоторые деятели рынка считают, что основная цель системы маркетинга - обеспечить максимально возможное разнообразие товаров и предоставить потребителю максимально широкий выбор. Система должна дать потребителю возможность найти товары, которые наиболее полно отвечают его вкусу. Потребители должны иметь возможность максимально улучшить свой образ жизни, а следовательно, и получить наибольшее удовлетворение.

В рыночной экономики роль маркетинга заключается в организации свободного и конкурентного обмена, и эффективной коммуникации между продавцом и покупателем.

1) Маркетинг помогает выявить недостаточно удовлетворенные или неудовлетворенные рыночные потребности и стимулирует разработку новых или улучшенных товаров.

2) Маркетинг разрабатывает эффективную маркетинговую программу для создания и/или увеличения рыночного спроса на эти новые товары.

3) Увеличение спроса влечет за собой снижение себестоимости, что позволяет снижать цены и тем самым способствует появлению на рынке новых групп покупателей.

4) Произошедшее в результате расширение рынка требует новых вложений в производственные мощности, что создает эффект масштаба и стимулирует дальнейшие исследования и разработки по созданию новых поколений товаров.[3]

В экономической литературе существуют различные точки зрения на природу маркетинга и его роль в современной экономике. Позиции авторов могут принципиально различаться по вопросам, связанным с возможностью применения маркетингового подхода к организации хозяйственной и иной деятельности на различных уровнях управления. Кроме того, наблюдаются несогласованность терминов и различие взглядов по вопросам, относящимся к маркетинговой организации бизнеса на уровне первичного звена экономики.

На сегодняшний день авторы едины лишь в том, что областью маркетинга, безусловно, являются вопросы, связанные с организацией деятельности экономического субъекта рыночной экономики, бизнес которого, ориентирован на удовлетворение запросов существующих и потенциальных клиентов. Однако, как нам представляется, это - упрощенная трактовка маркетинговой концепции, которая не охватывает всю значимость и роль маркетинга в современном обществе. Поэтому представляется важным более точно определить, место и функции маркетинга в современной экономике, а также то, как меняется роль и значимость маркетинга в процессе экономического развития.[1]

Сегодня маркетинговая деятельность вышла за пределы фирмы, за пределы отдельного хозяйствующего субъекта. Это явление расширения маркетингового пространства связано с необходимостью интегрирования в современной экономике отдельных рынков в единое целое, создания такой хозяйственной среды, которая бы наилучшим образом способствовала удовлетворению потребностей населения и росту его благосостояния в краткосрочном и долгосрочном временном периоде. В этом видится роль маркетинга в современной развитой рыночной экономике.

Список литературы и источников:

1. Браверман А.А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика. - М.: ОАО Издательство "Экономика",2007.
2. Багиев Г.Л. Основы современного маркетинга. СПб: СПбЛФИ, 2008.
3. Маркетинг: Учебник /А.Н. Романов и др. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005.
4. Основы современного маркетинга.
5. [Электронный ресурс] – режим доступа: URI:http://planetgdz.com/marketing/2402-marketing-bagiev-g-l-tarasevich-v-m-ann-h-planeta-gdz

К. ЩЕРБИНА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
В. КАТАЕВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А. ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ПАРТНЕРСКИЙ БЕНЧМАРКЕТИНГ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Конкуренция в рыночной экономике стала глобальной. Компании начинают осознавать необходимость всестороннего и детального изучения (и последующего использования) лучших достижений других компаний ради собственных будущих успехов. Партнерский бенчмаркинг можно считать одним из элементов новой ситуации, когда происходит отказ от соперничества в пользу сотрудничества.

Ключевые слова:партнерский бенчмаркинг, конкуренция, конкурентно-интеграционный бенчмаркинг, конкурентные бизнес-процессы.

Annotation. Thecompetitionin the market economyhas become global. Companiesare beginning to recognizethe need for comprehensiveand detailed study(and later use) of the best achievementsof other companiesfor their ownfuture success. Affiliatebenchmarkingcan be considered oneof the elements ofthe new situation, when there is afailureofcompetitionin favor of cooperation.

Keywords: affiliate benchmarking, competition, competitivebenchmarkingintegration, competitive business processes.

Конкуренция стала глобальной, и в большинстве компаний начинают осознавать необходимость всестороннего и детального изучения (и последующего использования) лучших достижений других компаний ради собственных будущих успехов. Активному развитию бенчмаркинга способствует содействие государственных институтов ряда стран. Так, в Японии и США создаются и эффективно функционируют так называемые индустриальные бюро знакомств. Их основная функция – содействие поиску партнеров по бенчмаркингу. Подобная политика правительственных институтов обусловлена их уверенностью, что благодаря такому обмену выигрывает экономика страны в целом.

Кроме того, на Западе, где бенчмаркинг существует уже более 30 лет, сложилась практика, когда крупнейшие корпорации активно делятся опытом организации собственных бизнес-процессов. При этом их мотивы могут быть весьма различными. Одни считают престижным выступать в качестве «эталонной» компании, поскольку это положительно влияет на репутацию фирмы, повышает ее конкурентоспособность. Другие компании в свою очередь полагают, что в процессе общения с другими, менее известными, компаниями могут и сами многому научиться[3].

В России ситуация существенно отличается от сложившейся на Западе практики. Для отечественного бизнеса характерна большая закрытость. Однако, несмотря на это, в российских условиях можно и нужно проводить конкурентно-интеграционный бенчмаркинг, основанный на партнерстве и взаимодействии.

Необходимо отметить, что современная бизнес-практика знает успешные примеры сотрудничества российских компаний-конкурентов в сфере бенчмаркинга. Ряд предприятий, разработав детальные регламенты подобных процедур, провели бенчмаркинговые исследования, результаты которых были полезны для обеих сторон. Следовательно, заинтересовав компанию-конкурента, в том числе взаимным обменом информацией, вполне реально достичь успеха. Помимо этого существует возможность обратиться к представительствам иностранных компаний, действующих на российском

рынке для совместного проведения сравнительного анализа прибегнув, таким образом, к конкурентно-интеграционному бенчмаркингу.

Будучи инструментом маркетингового взаимодействия, выполняющий интегрирующую функцию, бенчмаркинг основывается на сотрудничестве, которое формально подтверждается заключением партнерских соглашений или соглашений о совместной работе в области сравнительного анализа. Заключение подобных соглашений и договоров происходит в процессе организации бенчмаркирования и является его результатом. При этом на этапе организации определяется организационно-экономическая форма осуществления конкурентно-интеграционного бенчмаркинга, то есть форма или метод проведения подобных сравнений с предприятиями-партнерами, которые определяют, каким образом партнеры по бенчмаркингу вступают в сотрудничество либо, по крайней мере, добывают информацию по предприятиям-эталонам, не вступая с ними в непосредственное общение, а путем взаимодействия со специальными организациями [2].

Большинство крупных иностранных кампаний, а также ряд российских предприятий бессистемно применяют отдельные организационно экономические формы конкурентно-интеграционного бенчмаркинга, основанные на добровольном обмене данными и сотрудничестве. Однако в литературе не существует единой систематизации данных форм. Как правило, организационно-экономические формы бенчмаркинга определяются перед сбором информации о партнере на этапе планирования процесса сравнения в зависимости от результатов поиска партнеров по бенчмаркингу. На рисунке 1 представлены основные организационно-экономические формы конкурентно-интеграционного бенчмаркинга.

Будучи продуктом институционального развития, конкурентно-интеграционный бенчмаркинг проводится путем формального оформления соглашения о сотрудничестве с использованием формальных организационно-экономических форм осуществления эталонного сравнения либо неформальных методов его проведения (добровольный обмен между сторонами бенчмаркинга). В основе формальных методик проведения бенчмаркинга лежит либо заключение партнерских соглашений и договоров, либо образование союзов или альянсов, а также возможно использование третьих лиц, то есть применение аутсортинга.[2]

Значительно большие трудности испытывают те предприятия, которые прибегают к индивидуальному конкурентному бенчмаркингу. Предположим, что какое-то предприятие не имеет возможности заключить соглашение по проведению совместных исследований со своими конкурентами, но оно хотело бы сравнить свою деятельность с их результатами. В таком случае бенчмаркинг приобретает «разведывательный» характер. Для этого необходимо установить своих конкурентов на рынке, по какому-то признаку выстроить их ранговый ряд, определив в нем собственное положение.

Партнерство – это добровольное соглашение о сотрудничестве между двумя или более сторонами, в котором все участники договариваются работать вместе для достижения общей цели или выполнения определенной задачи и разделять риски, ответственность, ресурсы, правомочность и прибыль Продуктивные партнерства сегодня являются основой успеха – это то, что дает возможность многим компаниям реализовывать непрерывное совершенствование. Партнерские отношения отражают естественный ход развития межфирменных отношений и представляют собой социальные отношения, предполагающие совместную деятельность и усилия сторон, объединенных общими интересами. Партнерство предполагает более тесное сотрудничество, обязательным условием которого становятся отношения ориентированные на решение проблем не только своей точки зрения, но и с позиции другой стороны.

Рисунок 1 – Формы организации конкурентно-интеграционного бенчмаркинга

В процессе партнерского бенчмаркинга предприятие заключает договор с предприятием-партнером о проведении совместных сравнительных исследований деятельности каждого из участников и совместном обмене информацией с целью оказания помощи друг другу для дальнейшего успешного развития. Подобные соглашения могут заключать как разнопрофильные, так и однопрофильные предприятия, то есть предприятия-конкуренты, которые впоследствии становятся партнерами. Недаром проведение такого бенчмаркинга считается одним из способов смягчения конкуренции.

В процессе партнерского бенчмаркинга, работая совместно с предприятием-партнером, возможно направление собственных способностей на осуществление бенчмаркингового исследования с наименьшими потерями ресурсов.

Говоря о партнерстве, необходимо определить его ключевые характеристики:

1) добровольная основа;

2) взаимная зависимость, возникающая вследствие разделения рисков, ответственности, ресурсов, полномочий и доходов;

3) синергия – концепция добавленной стоимости, или целое больше суммы составляющих;

4) совместная работа – участники партнерств в большинстве случаев проводят совместную работу на всех уровнях и этапах.

Выбор партнера по бенчмаркингу проводится по плану. Его разработке предшествуют внутренние исследования предприятия, в ходе которого устанавливается перечень сфер деятельности или процессов, нуждающихся в усовершенствовании. Впоследствии он сопоставляется со списком кампаний-потенциальных партнеров, показавших наилуч-

шие результаты в определенной области. Реализация типового проекта партнерского бенчмаркинга занимает, как правило, от четырех до шести месяцев и требует немалых затрат [1].

Этапы проведении партнерского бенчмаркинга.

1. Заключение договора, где указываются правила проведения работы, условия использования полученных результатов на основе баланса интересов всех участников исследования, условия конфиденциальности.

2. Определение направления исследования, круга показателей, необходимых и достаточных для разработки рекомендаций, способствующих успешному развитию каждого из участников.

3. Формирование рабочей группы из специалистов предприятий-участников, представителей смежных предприятий, приглашенных экспертов и консультантов. Одна подгруппа проводит исследование, используя традиционные источники информации, другая – изучает фактическое состояние процессов, составляя их блок-схемы, фиксируя результаты опроса работников, осуществляет другие необходимые действия для получения наиболее полной производственной картины. Особое внимание здесь уделяется различного рода нестыковкам.

4. Сопоставление результатов исследований двух подгрупп для проверки, как реализуется то, что декларируется, планируется. Фиксируются все отклонения, но не с целью «уличить», а для выявления реальных резервов совершенствования деятельности на каждом предприятии, для того, чтобы не допустить обезличивания рекомендаций.

5. Подготовка рекомендаций индивидуально для каждого участника на основе проведенного анализа путем отбора наилучших решений, новых концептуальных подходов к решению существующих проблем. На этом этапе может понадобиться сбор дополнительных сведений, возобновление исследований и т.п.

В бенчмаркинговом исследовании, основывающемся на партнерстве, информация о самой лучшей практике – результат формализованного, официального общения с одной компанией, которая является общепризнанным ориентиром в отрасли.

В процессе партнерского бенчмаркинга предприятие использует методику сравнения «один на один» – предприятие начинает бенчмаркинг с участием нескольких других предприятий в качестве партнеров, а затем проводится сравнение с каждым из партнеров.

Практика показала, что проведение даже эпизодических сопоставительных исследований приносит их участникам безусловную пользу. Постановка же их на регулярную основу позволяет предприятиям (организациям) уверенно развиваться. Успехи при применении бенчмаркинга обусловлены тем, что он строится не на простом ранжировании, а на изучении последовательности действий при улучшении того или иного показателя. Именно потому, что ни одно предприятие не может быть абсолютно успешным во всех аспектах своей деятельности, каждому из них полезна внешняя оценка. При проведении бенчмаркинга не требуется и даже вредно «наведение лоска», что характерно для промышленного туризма. Напротив, обнаружение проблемных участков, истинных причин их возникновения и есть основная задача исследования, правильное решение которой позволит разработать адекватные меры.

Кроме того, объединение усилий ради поиска взаимовыгодных решений является своего рода защитой от чрезмерной конкуренции. Партнерский бенчмаркинг можно считать одним из элементов новой ситуации, когда происходит отказ от соперничества в пользу сотрудничества. Именно об этом неоднократно говорил Э. Деминг, именно так работают многие японские фирмы.

Основной трудностью при проведении партнерского бенчмаркинга является поиск партнеров для эталонного сопоставления. Наиболее простой и эффективный способ подбора партнера по бенчмаркингу – использование ресурсов сетей, объединяющих предприятия с целью обмена передовым опытом. Такие сети обмена деловой информа-

цией и специально созданные клубы бенчмаркинга оказывают практическую помощь предприятиям в повышении показателей их деятельности путем поиска, анализа, адаптации и внедрения передового опыта. [3]

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы. Развитие предприятий, их взаимодействие и конкуренция в рыночной экономике объективно ведут к необходимости объединения отдельных предприятий.

Свободные конкурентные отношения ведут к отбору субъектов, наиболее эффективно ведущих хозяйственную деятельность, их укреплению и росту при одновременном разорении тех, кто отстает от требований рынка.

Основной принцип бенчмаркинга – важность конкурентных бизнес-процессов.

Список литературы и источников:

1. Иванюк, И.А. Международный маркетинг: монография / И.А. Иванюк. – Волгоград : Изд-во ВолгГТУ «Политехник», 2001.

2. Чернопятов А.М. Бенчмаркетинг: Учебное пособие для студентов высш. учеб. заведений.-С: Издательство ООО "Винчера", 2014

3.Петряшов Д.В. Создание системы бенчмаркетинга на предприятии B2B // Управление сбытом 1, 2012.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО, УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА И АУДИТА

В. НОВИНСКАЯ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
А.А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского учета
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

РАЗВИТИЕ АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются наиболее существенные аспекты аутсорсинга и бухгалтерского аутсорсинга в России. Уделено внимание Российскому опыту развития рынка бухгалтерского аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг; бухгалтерский учет; учетные модели, бухгалтерский аутсорсинг, законодательство.

Annotation. This article discusses the most significant aspects of outsourcing and accounting outsourcing in Russia. Attention is paid to the Russian experience in the development of accounting outsourcing market.

Keywords:outsourcing; accounting; accounting model, accounting outsourcing, legislation.

В современных условиях развития рыночной экономики важно быстро реагировать на изменения рынка, принимать соответствующие управленческие решения, что невозможно без своевременного поступления достоверной информации. Ее получение может быть обеспечено только в случае грамотного построения системы бухгалтерского учета в организации. Однако даже укомплектованная сотрудниками высочайшей квалификации бухгалтерская служба не может служить гарантом того, что в определенный момент не возникнет проблема, требующая привлечения независимых специалистов. В настоящее время многие эксперты говорят о росте рынка финансового и бухгалтерского аутсорсинга, что подтверждается проведенным опросом консалтинговой компании (HR) Capital совместно с маркетинговой компанией Qualitel Data Services, который проводился в июле 2014 г. Данный опрос показал, что аутсорсинг финансов и бухгалтерского учета оказался в тройке лидеров (34%), как наиболее востребованная разновидность аутсорсинга. Термин Аутсорсинг (от англ. outsourcing: (outer-source-using) использование внешнего источника/ресурса) – дословно означает передачу организацией на основании договора определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области. В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый, эпизодический, случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг передаются обычно функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года). Наличие бизнес-процесса является отличительной чертой аутсорсинга от различных других форм оказания услуг и абонентского обслуживания.

Стратегической целью функционирующих на рынке субъектов является обеспечение конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности. Реализация ее влечет за собой совершенствование технологий управления. Одним из таких средств является аутсорсинг как современный вид услуг, который становится значимым фактором экономического успеха в мировой практике. Все виды экономической деятельности в Российской Федерации закреплены в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОК 029-2001, ОКВЭД), который разработан Министерст-

вом экономического развития и торговли Российской Федерации и введен в действие Постановлением Госстандарта РФ от 6 ноября 2001 г. № 454 – ст. Такой вид экономической деятельности, как аутсорсинг, в ОКВЭД не указан. Понятие «аутсорсинг» не содержится в Гражданском Кодексе РФ. Таким образом, понятие «аутсорсинг» в российском законодательстве отсутствует. Но такого рода деятельность в рыночной экономике России осуществляется. Гражданский кодекс позволяет заключать договора аутсорсинга, отношения по которым оформляются в виде обычных договоров безвозмездного оказания услуг либо договорами подряда. Правила ст. 421 ГК РФ, отражающие принцип свободы договора, устанавливают, что стороны имеют возможность заключать договора, как предусмотренные законодательством, так и не предусмотренные, а также содержащие элементы различных договоров, предусмотренных законом или иными правовыми актами. Договор в данном случае несет только обслуживающую функцию по отношению к экономическому содержанию процесса. Следовательно, «обслуживать» аутсорсинговые отношения могут различные формы договоров:

1. Непосредственно аутсорсинга (возмездного оказания услуг).
2. Договора подряда.
3. Договора франчайзинга.
4. Другие.

В соответствии с ФЗ РФ «О бухгалтерском учете» руководитель предприятия в зависимости от наличия объема работ имеет право «передать на договорных началах ведение бухгалтерского учета централизованной бухгалтерии, специализированной организации или бухгалтеру-специалисту». То есть, Закон РФ «О бухгалтерском учете» прямо дает разрешение на заключение договоров бухгалтерского аутсорсинга. Налоговый кодекс РФ, в свою очередь, в подпункте 36 пункта 1 статьи 264 включает в число прочих расходов, связанных с производством и реализацией, «расходы на услуги по ведению бухгалтерского учета, оказываемые сторонними организациями или индивидуальными предпринимателями». То есть, Налоговый кодекс РФ подтверждает право налогоплательщиков заниматься бухгалтерией не самостоятельно, а посредством аутсорсинга. Следовательно, по всем вопросам, связанным с исполнением договоров бухгалтерского аутсорсинга следует руководствоваться действующим законодательством Российской Федерации, в том числе: Налоговым кодексом РФ, Законом РФ «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ и Гражданским кодексом РФ.

При принятии решения о целесообразности использования аутсорсинга для конкретного предприятия менеджменту необходимо выполнить некоторые мероприятия, а также определить преимущества передачи бухгалтерии на аутсорсинг и возникающие при этом риски.

Мероприятия:

-Выделить бизнес-процессы, которые можно передать на аутсорсинг;

-Произвести расчет себестоимости услуг намеченных к передаче на аутсорсинг подразделений и сравнить его с предложениями аутсорсинговых компаний;

-Упорядочить и описать организацию бизнес-процессов, передаваемых на аутсорсинг, с тем, чтобы в случае заключения контракта с аутсорсинговой компанией подробно прописать в нем взаимные ожидания и договоренности об исполнении услуг;

-Определить подразделение, ответственное за поддержание регулярных контактов и осуществление контроля за качеством и сроками оказания услуг аутсорсинговой компанией;

-Определить основные преимущества и недостатки передачи бухгалтерии на аутсорсинг.

Достоинства:

-Экономия денег (компании пользующиеся аутсорсингом могут экономить до 50% затрат, связанных с содержанием штатной бухгалтерии ввиду отсутствия необхо-

димости оплачивать бухгалтерам отпуска и больничные, повышать квалификацию специалистов)

-Экономия времени (не надо постоянно следить за изменениями в законодательстве: аутсорсинговая компания сообщает о наиболее значимых изменениях)

-Доступны специалисты высокого класса в нужный момент.

Недостатки:

-Риск утечки информации связанный с передачей всей информации о финансово-хозяйственной деятельности другому юридическому лицу

-Нет законодательных норм, которые бы позволяли привлекать консультантов к ответственности за допущенные ошибки. За неверные действия компании-аутсорсера, скорее всего, придется отвечать директору или главному бухгалтеру.

-Аутсорсинговая компания по действующему законодательству не сможет быть законным представителем в решении налоговых и других споров, если только этот пункт не прописан в договоре. Но, к сожалению, далеко не каждый аутсорсер соглашается принять на себя ответственность регулирования налоговых споров. Зависимость от аутсорсинговой компании в вопросах оперативности получения информации для управленческого учета и учета по МСФО.

Аутсорсинг быстро превратился в одну из форм организации бизнеса в частных компаниях, помогающей решить проблемы функционирования и развития путем сокращения издержек, увеличения адаптивной способности к условиям внешней среды, улучшения качества продукции и услуг, эффективного распределения рисков.

Бухгалтерский аутсорсинг – это вариант ведения бухгалтерского учета предприятия, при котором обеспечением процесса ведении учета на предприятии, налоговой и бухгалтерской отчетностью занимается сторонняя организация.

Стоит сделать выводы, что анализ российского законодательства в области бухгалтерского аутсорсинга показал, понятие «аутсорсинг» в российском законодательстве отсутствует, а при заключении и исполнении договоров на бухгалтерский аутсорсинг следует опираться на правила ст. 421 ГК РФ, ФЗ РФ «О бухгалтерском учете» и подпункт 36 пункта 1 статьи 264 Налогового кодекса РФ.

Российский опыт развития рынка бухгалтерского аутсорсинга дает основания полагать, что в перспективе, крупные российские предприятия начнут передавать свою бухгалтерию на внешнее сопровождение – это будет востребовано для улучшения балансовых показателей. Такие требования как: уменьшение числа сотрудников компании и соответственно уменьшение сумм налогов, уменьшение расходов, увеличение прибыли в расчете на одного сотрудника. В свою очередь, в России, вырастут крупные, авторитетные компании в области аутсорсинговых услуг. Растущее количество компаний предлагающих бухгалтерское обслуживание фирм обеспечивается стабильностью спроса и показывает потребность и перспективы данного вида услуг.

Список литературы и источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 № 51 - ФЗ
2. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 № 146 - ФЗ
3. О бухгалтерском учете: Федеральный закон Российской Федерации от 06 декабря 2011 г. № 402-ФЗ: принят Гос. Думой 22 ноября 2011 г. // Российская газета. - № 278, 09.12.2011. – 36 с.
4. Аникин Б.А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций, 2010. – 276 с.
5. Адаменко А.А. К вопросу об аутсорсинге бухгалтерских услуг в России / А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко, Н.Ш. Чич // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2014. – № 1 (61). – С. 181-186.

А.С. ЗУБРИЦКАЯ
Краснодарский кооперативный институт (филиал) «Российский университет кооперации»
О.В. ИЩЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ПРИНЦИП ПРИОРИТЕТА СОДЕРЖАНИЯ НАД ФОРМОЙ

Аннотация. Статья посвящена проблемам соблюдения принципа приоритета содержания над формой при ведении бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности, в российской и международной практике ведения бухгалтерского учета.

Ключевые слова: МСФО, ПБУ, учетная политика, бухгалтерский учет, управленческий учет, актив, бухгалтерская финансовая отчетность.

Annotation. The article deals with problems of observance of the principle of a priority of the contents over a form when conducting accounting and drawing up financial statements, in the Russian and international practice of conducting accounting.

Keywords: IFRS, accounting regulations, accounting policies, accounting, management accounting, asset, accounting financial statements.

Принцип приоритета содержания над формой является одним из самых не прижившихся в российской практике ведения бухгалтерского учета. По словам профессора Пятова Л.М. «Этот принцип (приоритета), фактически являющийся центральным лозунгом Международных стандартов финансовой отчетности, отражающих идеи англо-американской школы учета, остается наименее понятным нашим коллегам и имеющим наименьшее число шансов на воплощение на практике в России». Залогом реального перехода к международным стандартам финансовой отчетности, является реализация данного принципа на практике.

В тексте Международных стандартов этот принцип относится к основополагающим допущениям. Пункт 35 Принципов подготовки и составления финансовой отчетности гласит следующее:

«Если информация должна правдиво представлять операции и другие события, то необходимо, чтобы они учитывались и представлялись в соответствии с их сущностью и экономической реальностью, а не только их юридической формой. Сущность операций и других событий не всегда отвечает тому, что следует из их юридической или установленной формы. Например, компания может продать актив другой организации таким образом, что в документах будет предполагаться передача юридического права собственности этой организации, тем не менее могут существовать соглашения, гарантирующие компании сохранение права пользования экономической выгодой, заключенной в этом активе. При таких обстоятельствах сообщение о продаже не представляет правдиво совершенную сделку (если в самом деле была сделка)».

В функционирующих нормативных документах в России принцип приоритета содержания над формой закреплен в пункте 6 ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» (в ред. от 18.12.2012), согласно которому учетная политика организации должна обеспечивать «отражение в бухгалтерском учете фактов хозяйственной деятельности исходя не столько из их правовой формы, сколько из экономического содержания фактов и условий хозяйствования (требование приоритета содержания перед формой)».

Любой факт хозяйственной жизни, отражаемый в бухгалтерском учете, обладает как экономическими, так и юридическими свойствами. С точки зрения юриспруденции, в первую очередь, имеют значение права и обязательства лиц - участников хозяйственных процессов, связанные с фактом хозяйственной жизни, с экономической точки зрения - влияние данного факта на финансовые результаты деятельности компании. Отражение данных характеристик является задачей бухгалтерского учета. В настоящее вре-

мя довольно распространена ситуация, когда экономические и юридические характеристики операцийхозяйственной жизни не согласуются друг с другом, поэтому формируя методологию бухгалтерского учета, нужно выбрать с какой точки зрения: экономики или права будет отражатьсяданная операция в бухгалтерском учете.

Так, например, с экономической точки зрения характеристиками актива являются подконтрольность компании и способность приносить ей доход, независимо от наличия права собственности на конкретное имущество. Отсюда активом компании может быть признано имущество, взятое в аренду, ведь оно приносит компании экономические выгоды так же, как и собственные активы. С этой точки зрения арендованное имущество может быть отражено на балансе арендатора. С точки зрения права, наоборот, решающей характеристикой актива является объем юридических прав компании на него. Здесь только собственное имущество признается активом, даже независимо от его возможности приносить компании экономические выгоды. С этой точки зрения арендованное имущество однозначно должно быть отражено за балансом компании-арендатора.

В данном примере, первая позиция описывает факт аренды с точки зрения экономики, и ее следствие – отражение арендованного имущества на балансе. Вторая позиция – с точки зрения права, согласно которой арендованное имущество следует отражать за балансом.

Несомненно, что эти два методологических решения противоречат друг другу. Как пишет профессор М.Л. Пятов, «независимо от потребностей пользователей отчетности в раскрытии как экономического, так и юридического содержания фактов хозяйственной жизни, неизбежен выбор в пользу первого или второго подхода, так как имущество не может одновременно отражаться и на балансе, и за балансом компании».

Абсолютно схожие с экономической точки зрения операции могут обладать различными юридические характеристики. Так, например, операции по приобретению товаров для заказчика за определенное вознаграждение могут быть оформлены как договором поставки, так и договором комиссии. Экономическое содержание операций от этого не измениться, а вот объем прав и обязательств участников сделки будет существенно отличаться. В первом случае организация, приобретающая товары, будет становиться их собственником, а во втором – с момента приобретения товаров они будут собственностью заказчика. Соответственно, если методология учета будет основываться на юридических характеристиках рассматриваемых операций, то в первом случае товары будут отражаться на балансе организации – исполнителя, а во втором – на забалансовых счетах.

Таким образом, многое в методологии бухгалтерского учета зависит от того, каких юридических или экономических позиций при трактовке фактов хозяйственной жизни придерживаются предприятия. Так вот суть принципа приоритета содержания над формой как раз заключается в том, чтобы определяющим для методологии учета было не юридическое, а экономическое содержание фактов хозяйственной жизни. Возвращаясь к приведенным выше примерам, можно сказать, что, согласно этому принципу, арендованное имущество должно быть отражено на балансе, а сделки комиссии и поставки в рассматриваемом случае должны быть отражены в учете абсолютно идентичны.

Рассмотрим, насколько реализация данного принципа возможна в условиях современной российской практики.

Не стоит забывать о том, что МСФО построено на взглядах и традициях англо-американской школы учета, для которой характерно профессиональное регулирование бухгалтерской практики. Исторически сложилось так, что Россия относится к традициям ведения бухгалтерского учета и его нормативному регулированию к континентально-европейской школе.

В статье 71 Конституции РФ говорится, что официальный бухгалтерский учет относится к ведению РФ. Это говорит о том, что ведение бухгалтерского учета в России строго регламентировано. В настоящее время систему нормативных документов, регулирующих ведение бухгалтерского учета в России, регулирует Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (далее – Закон). Данный закон определяет систему российского бухгалтерского законодательства и порядок регулирования бухгалтерской методологии.

Согласно статье 4 Закона «Законодательство Российской Федерации о бухгалтерском учете состоит из настоящего Федерального закона, других федеральных законов и принятых в соответствии с ними нормативных правовых актов»

Нормативные акты, регулирующие ведение бухгалтерского учета в России, занимают важное место в общей системы права, которая регулирует экономические отношения. Находясь в общей системе права, данные нормативные акты, не могут быть изолированные от нее. Отсюда следует, что методология бухгалтерского учета в России определяется, в первую очередь, юридическим содержанием отражаемых фактов хозяйственной жизни. Таким образом, для российского ведения бухгалтерского учета в настоящее время характерен скорее наоборот, принцип приоритета юридической формы фактов хозяйственной жизни над их экономическим содержанием.

Для пользователей бухгалтерской финансовой отчетности мало знать только юридическое содержание хозяйственных операций, еще необходимо знать экономический смысл этих операций. Как раз этот недостаток имеется у бухгалтерского финансового учета. Только в том случае, когда компания ведет управленческий учет, который не ограничен нормативными документами, можно создавать новую методологию ведения учета, закладывая в основу экономический смысл фактов хозяйственной жизни.

Таким образом, в настоящее время, в российской практике принцип приоритета содержания над формой, может быть реализован в управленческом учете.

Список литературы и источников:

1.Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 "Представление финансовой отчетности" (ред. от 02.04.2013) (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 N 160н)[Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

2. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/08). Утверждено приказом Минфином РФ от 06.10.2008 (ред. от 18.12.2012 №106н) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

3. Приказ Минфина РФ от 01.07.2004 № 180 «Об одобрении Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу»[Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

4. Гетьман, В.Г. Международные стандарты финансовой отчетности:[Электронный ресурс] Учебник / Под ред. В.Г. Гетьмана. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 559 с.: 60x90 1/16.

С.В. КОРОЛЬКОВ
Краснодарский кооперативный институт (филиал) «Российский университет кооперации»
О.В. ИЩЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ФОРМИРОВАНИЕ И РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО И ПБУ

Аннотация. Статья посвящена вопросам, отражающим существующие расхождения в порядке формирования и раскрытия информации о финансовых результатах. В статье рассматриваются различия в признании доходов и критериях признания выручки.

Ключевые слова: МСФО, ПБУ, финансовый результат, прибыль, доходы, выручка, справедливая стоимость.

Annotation. The article is devoted to the questions reflecting the existing divergences as formation and disclosure of information on financial results. In article distinctions in recognition of the income and criteria of recognition of revenue are considered.

Keywords: IFRS, accounting regulations, financial result, profit, income, revenue, fair value.

Важность правильного и своевременного учета финансовых результатов неоспорима. Особенно актуальна эта тема в связи с переходом российских традиций бухгалтерского учета на международные стандарты финансовой отчетности. Такая ситуация вызвана вступлением России в ВТО и развитием международного сотрудничества в сфере экономики. Переход России на МСФО раскрывает потенциал для привлечения инвестиций в различные секторы отечественной экономики, а ведь Россия считается достаточно перспективной инвестиционной площадкой.

Крупным транснациональным корпорациям проще вести учет подразделений и филиалов в странах, применяющих МСФО. Приближение российских стандартов учета к международным открывает новые возможности в области внешнеэкономической деятельности и для отечественных малых и средних предприятий. Так, появляется возможность более эффективного, беспрепятственного сотрудничества с организациями, не являющимися резидентами РФ, в том, что касается поставки материально-производственных запасов и оборудования, оказания финансовых услуг и т.п.

Организация порядка учета финансовых результатов в соответствии с МСФО позволит иностранным пользователям информации лучше понять причины тех или иных изменений в отчетности за период.

На настоящий момент Советом по международным стандартам финансовой отчетности принят 41 стандарт, относящийся к бухгалтерскому учету и отчетности, среди которых прибыли посвящен МСФО (IAS) 18 «Выручка». Рассмотрим данный стандарт в сравнении с положением по бухгалтерскому учету 9/99 «Доходы организации».

В восемнадцатом стандарте определяется порядок учет выручки, дается определение дохода и раскрываются тонкости признания доходов, возникающих в результате осуществления деятельности предприятия.[4]

В соответствии с МСФО 18 доход включает в себя выручку компании и прочие прибыли.

Доход – это увеличение экономических выгод в течение отчетного периода в форме поступления или увеличения активов, либо уменьшения обязательств, которые привели к увеличению капитала, не связанному с вкладами акционеров. [1]

Такой подход к трактовке дохода полностью соответствуют определению, данному в ПБУ, с той лишь разностью, что в ПБУ доход – это не только увеличение экономических выгод, но и уменьшение обязательств. Различия возникают в вопросах определения доходов от обычных видов деятельности, то есть выручки.[3]

Выручка – это валовое поступление экономических выгод за период в ходе обычной деятельности компании, приводящее к увеличению капитала, иному, чем за счет взносов акционеров. [1]

Согласно стандарту, сумма выручки обычно определяется договором между предприятием и покупателем или пользователем актива и оценивается по справедливой стоимости возмещения, полученного или ожидаемого к получению, с учетом суммы любых торговых или оптовых скидок, предоставляемых компанией.

В случае если имеет место отсрочка поступления денежных средств или эквивалентов денежных средств, справедливая стоимость возмещения определяется дисконтированием всех будущих поступлений с использованием вмененной ставки процента.

Также, если товары или услуги обмениваются на товары или услуги, аналогичные по характеру и стоимости, то таковой обмен не учитывается в качестве операции, создающей выручку. Однако если обмен происходит на отличающиеся товары или услуги, обмен рассматривается как операция, создающая выручку. Выручка оценивается по справедливой стоимости полученных товаров или услуг, скорректированной на сумму переведенных денежных средств или их эквивалентов. Если справедливая стоимость полученных товаров или услуг не может быть надежно оценена, выручка оценивается по справедливой стоимости переданных товаров или услуг, скорректированной на сумму переведенных денежных средств или их эквивалентов.

Справедливая стоимость – это рыночная оценка, а не оценка, формируемая с учетом специфики предприятия. По некоторым активам и обязательствам могут существовать наблюдаемые рыночные операции или рыночная информация. По другим активам и обязательствам наблюдаемые рыночные операции или рыночная информация могут отсутствовать. Однако цель оценки справедливой стоимости в обоих случаях одна и та же - определить цену, по которой проводилась бы операция, осуществляемая на организованном рынке, по продаже актива или передаче обязательства между участниками рынка на дату оценки в текущих рыночных условиях (то есть выходная цена на дату оценки с точки зрения участника рынка, который удерживает актив или имеет обязательство). [2]

В отличие от МСФО 18 ПБУ 9/99 более детально регламентирует порядок определения доходов от обычных видов деятельности, так, дается определение выручки исходя из предмета деятельности организации, в то время как в МСФО 18 рассматривает не все виды выручки, и выручка, не предусмотренная данным стандартом, рассматривается в других стандартах. Например, порядок формирования доходов по договорам аренды раскрывается в МСФО 17 «Аренда», дивидендов – в МСФО 28 «Учет инвестиций в ассоциированные компании», изменения в справедливой стоимости финансовых активов и финансовых обязательств – в МСФО 32 «Финансовые инструменты: представление информации».

Согласно ПБУ 9/99 выручка принимается к бухгалтерскому учету в сумме, исчисленной в денежном выражении, равной величине поступления денежных средств, иного имущества, величине дебиторской задолженности. Таким образом, ПБУ не оперирует понятием справедливой стоимости. Сумма выручки определяется исходя из цены, установленной договором между организацией и покупателем с учетом всех предоставленных скидок, в то время как стандарт использует слово «обычно». В случае продажи продукции и товаров, выполнения работ, оказания услуг на условиях коммерческого кредита, то есть отсрочки оплаты, выручка принимается бухгалтерскому учету в полной сумме дебиторской задолженности. Выручка по меновым операциям принимается к учету исходя из стоимости ценностей, полученных или подлежащих получению организацией, то есть в российской системе бухгалтерского учета бартерные операции всегда рассматриваются как продажа товаров (ценностей). [3]

Наблюдается различие и в критериях признания выручки.

Согласно МСФО 18 выручка от продажи товаров должна признаваться, если предприятие передало покупателю значительные риски и вознаграждения, связанные с правом собственности на товары. По ПБУ выручка признается в бухгалтерском учете, если организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом.

По МСФО 18 оценка момента передачи компанией покупателю значительных рисков и вознаграждений, связанных с собственностью, зависит от условий сделки. В большинстве случаев передача рисков и вознаграждений, связанных с собственностью, совпадает с передачей юридических прав собственности и владения покупателю. Это происходит при большинстве розничных продаж. В других случаях передача рисков и

вознаграждений, связанных с собственностью, происходит на даты, отличные от времени передачи юридических прав собственности или владения.

Если предприятие сохраняет значительные риски, связанные с правом собственности, операция не является продажей и выручка по ней не признается, ввиду того, что данная сделка не считается продажей. При незначительных рисках, связанных с правом собственности, сделка считается продажей и выручка признается.

В отечественных положениях понятие рисков и соответствующих условий принятия выручки к учету отсутствует, и признание выручки определяется правом на её получение.

На данный момент существует проект ПБУ «Доходы организации». Основные нововведения в порядок учета доходов направлены на сближение с правилами МСФО и МСФО 18 в частности. Одним из наиболее заметных нововведений стала предлагаемая замена критерия «переход права собственности на продукцию, товар» на критерий «переход основных экономических рисков и выгод, связанных с продукцией, товаром».

Таким образом, несмотря на существующие различия, наблюдается немалое сходство отечественных концепций учета с международными стандартами финансовой отчетности, что, безусловно, вызвано постепенным переходом российского бухгалтерского учета к мировым стандартам. Несмотря на то, что программа реформирования российского бухгалтерского учёта в соответствии с МСФО была принята ещё в 1998 году, полноценный переход до сих пор не осуществлен, что отчасти вызвано трудностью смены учета для малых и средних предприятий.

Список литературы и источников:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 18 «Выручка» [Текст] введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 № 160н (ред. от 02.04.2013) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» [Текст] введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 18.07.2012 № 106н (ред. от 17.12.2014) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

3. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) [Текст] утверждено Приказом Минфина от 06.05.1999 № 32н (ред. от 27.04.2012) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

4. Черных, И.Н. Международные стандарты бухгалтерской отчетности: Учебный курс (учебно-методический комплекс) [Электронный ресурс] / И. Н... И. Н. Черных, МИЭМП; Центр дистанционных образовательных технологий. – 2010. – URL: http://www.e-college.ru/xbooks/xbook094/book/index/index.html

А.А. МИНАКОВ
Краснодарский кооперативный институт (филиал)
«Российский университет кооперации»
О.В. ИЩЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МСФО

Аннотация. Данная статья посвящена проблемам, с которыми сталкивается каждая организация при переходе на международные стандарты финансовой отчетности.

Ключевые слова: МСФО, бухгалтерская отчетность, Министерство финансов Российской Федерации, учетная политика, корпорация, бухгалтерский учет, налоговый учет, управленческий учет.

Annotation. The article deals with problems which each organization faces upon transition to International Financial Reporting Standards.

Keywords: IFRS, accounting reports, Ministry of Finance of the Russian Federation, accounting policies, corporation, accounting, tax accounting, management accounting.

Российским организациям, перешедшим на Международные стандарты финансовой отчетности, обещаны большие западные кредиты, большой интерес со стороны со стороны западных инвесторов, так как эта отчетность является им более понятной и лучше видны результаты деятельности предприятия из бухгалтерской отчетности, тем более уже во всем мире более 120 государств используют МСФО.

В обеспечения наилучших условий и облегчения практики применения МСФО российскими предприятиями Министерство финансов Российской Федерации в 2012 году учредило специальную Межведомственную рабочую группу Минфина по применению МСФО. Процесс перехода на МСФО может оказаться сложным и болезненным для российских предприятий, при осуществлении которого придется решить множество сложных задач и вопросов. Данный факт свидетельствует об актуальности данного исследования.

Переход на МСФО является достаточно сложным процессом, при реализации которого придется столкнуться с целым перечнем проблем. Многим компаниям нужно прежде всего в значительной степени изменить свою учетную политику, причем такие ее области, как признание выручки, учет запасов, обесценение, резервы и выплаты. Например, опыт европейских свидетельствует нам о том, что многие организации недооценивают ряд таких вопросов, как пробелы в данных, выбора учетной политики, необходимость консолидации дополнительных компаний.

Однако чтобы полностью оценить все влияние на отечественную систему учета международных стандартов, нужно ознакомиться с планами развития Совета по международным стандартам финансовой отчетности, который принимает новые МСФО. И в данном случае сближение МСФО с USGAAP на практике, а именно изменение стандартов МСФО под требования стандартов USGAAP, а не наоборот. Данный факт обусловлен тем, что наибольшую долю в составе финансирующих структур МСФО являются США. В настоящий момент принцип конвергенции МСФО и USGAAP немного ослаб, то тем не менее факт остается фактом.

Рассмотрев перспективы изменения МСФО в мире, обратимся к российской специфике. Уже несколько лет МСФО имеют в РФ официальный статус. Пока они относятся только к ограниченному числу компаний, который постоянно расширяются и параллельно происходит реформирование отечественных ПБУ. Ожидать скорого избавления от учета по РСБУ и МСФО не следует, потому как МСФО и дальше будет изменять РСБУ, а изучать МСФО станет все более необходимо.

Популярность МСФО среди российский крупных корпораций и компаний только возрастет. Этому способствует вступление России в ВТО, либерализация валютной политики, глобализация мировой экономики, открытие все большего количества российских рынков международному сообществу, повышение стабильности и популярности российской экономики.

Однако проблем с каждым обновлением будет только прибавляться с каждым обновлением МСФО.

Однако пока Минфин не намерено сворачивать с намеченных целей, о которых свидетельствует целенаправленная реализация Плана по развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на основе МСФО, утвержденного Минфином от 30.11.2011 г. №440.

Как и любой процесс, внедрение МСФФ требует значительного вливания средств и большого количества финансовых ресурсов. Прежде всего затраты на уровне как отдельного предприятия, так и на уровне отдельного специалиста. Внедрение МСФО всегда имело целый ряд противников. Чаще всего среди доводов «против» упоминались высокая стоимость услуг по МСФО и трудоемкость подготовки отчетности. Однако в последнее время, отдельные эксперты стали высказываться о том, что МСФО нам «навязаны» Западом, и в свете текущей геополитической ситуации надобность в

них может отпасть. Организационный комитет международного конкурса IFRSPROFESSIONAL совместно с журналом «МСФО на практике» провели масштабный опрос финансистов, чтобы выяснить их мнение о судьбе МСФО в нашей стране. Всего в опросе приняли участие 2029 человек.

Большая часть опрошенных одобрили внедрение МСФО в России (65%). Противники международных стандартов составили 21% опрошенных. Также 58% респондентов посчитали, что внедрение МСФО окажет положительное влияние на экономику нашей страны, а 23% не видят взаимосвязи между принятием МСФО и современной экономической ситуацией.

Противники внедрения МСФО отметили, что на данный период в РФ действует параллельно бухгалтерский, налоговый, управленческий учет. Все это в значительной степени повышает трудоемкость составления отчетности компании, а соответственно возрастет и финансовая нагрузка компании. Также существует ряд других проблем:

1. Система МСФО представляет из себя очень сложную систему, гораздо сложнее существовавших ранее других национальных систем бухгалтерского учета. Также многие бухгалтера и финансисты сомневаются, что она служит своей истинной цели – является источником важной для инвесторов информации, а существует опасения, что подготовка отчетности может превратиться в простую рутину, то есть фирмы будут составлять отчетность для регулирующих ее властей, а не для привлечения новых инвесторов.

2. Сравнимость отчетности компаний между собой должна являться одним из преимуществ МСФО. Это должно достигаться за счет универсальностью, объективности и применением во всех странах. Однако при переходе на МСФО большинство стран избрали подход, который характеризует минимальное отличие национальной системы бухгалтерского учета от МСФО. При глобализации рынка это означает, что замедляется сам процесс сравнения показателей и ставится под сомнение их результат, вследствие этого ситуация только усугубляется и опосредует третью проблему.

3. Довольно большая часть инвесторов высказывают озабоченность по поводу информативности предоставленной информации в МСФО. Иначе говоря, существуют сомнения в том, что отчётность по МСФО адекватно отображает финансовое положение компании и служит адекватному восприятию компании финансовыми рынками.

4. Многие сложные вопросы учета в МСФО сходны с требованиями US GAAP. Например, очень сходными являются международные и американские стандарты в части объединения бизнеса. Так вопросы применения функциональной валюты являются наиболее актуальными для компаний, имеющих дочерние компании в разных странах, в связи с этим появляются сложности при выборе валюты для использования в консолидированной финансовой отчетности. При использовании МСФО, требования в части функциональной валюты более сложные и зависят от страны, в которой находится дочерняя компания.

5. Многокомпонентные сделки представляют собой сделки, при которых покупатель приобретает несколько товаров, работ, услуг одновременно по более низкой цене, чем если бы все эти товары, работы, услуги приобретались по отдельности. В МСФО нет специального стандарта, регулирующего учет многокомпонентных сделок, существует возможность лишь использовать положения МСФО (IAS) 18 "Выручка".

6. Низок уровень профессиональной подготовки бухгалтеров;

7. Профессиональные общественные объединения недостаточно участвуют в регулировании бухгалтерского учета.

Подводя итоги, хочется отметить, что по нашей оценке, наиболее позитивным моментом является то, что большинство опрошенных респондентов подходят к оценке влияния МСФО не формально, а исходя из сути международных стандартов – универсального финансового языка, учитывающего наилучший опыт различных государств исходя из интересов пользователей финансовой отчетности.

Противники МСФО в большинстве своем демонстрируют не обоснованную позицию, а эмоциональную реакцию на текущую политическую и экономическую ситуации в стране, а также непонимание сути МСФО. Это свидетельствует о необходимости пересмотра накопленной базы знаний по МСФО и активизации процессов повышения уровня финансовой грамотности финансистов и руководителей предприятий.

В сложившихся политических и, как следствие, экономических условиях многим компаниям приходится пересматривать текущий порядок ведения бизнеса. В связи с тем что многие иностранные банки и кредитные организации из-за сложившейся политической ситуации отказываются работать с российскими клиентами, у некоторых российских компаний отпадает необходимость в подготовке отчетности по МСФО. Тем же предприятиям, которые лишились привычных поставщиков ввиду ввода санкций и вынуждены перезаключить договоры, пришлось внести изменения в учет по МСФО, уделив большое внимание отражению рисков.

Не так давно премьер-министр РФ Дмитрий Медведев в одном из интервью выразил мнение, что Россия не свернет с курса на инновации ни из-за каких санкций. Премьер отметил, что всё идёт по плану как по части финансирования, так в отношении самих проектов. Вспомним, что 1 июля 2013 года был утвержден план мероприятий по «Созданию международного финансового центра и улучшению инвестиционного климата в Российской Федерации» (Распоряжение от 19 июня 2013 г. № 1012-р). А для создания международного финансового центра необходимо внедрить МСФО.

Переход на МСФО для многих активных современных компаний стал объективной потребностью. Российское законодательство достаточно консервативно и не будет допускать полного отказа от национальной стандартизации, которая будет приближена к МСФО. Отмена двойного учёта – по российским стандартам и МСФО представляется маловероятной, но стоимость трансформации путём удаления основных различий МСФО и РСБУ снизится.

Л. И. СИМОНЕНКО
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
А.А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского у
чета ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИЙСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация. В статье рассмотрено усиленное внимание к проблеме международной унификации учета. Выявлена необходимость перехода российских компаний на Международные стандарты финансовой отчетности и повышения квалификации специалистов, занятых составлением отчетности.

Ключевые слова: Международные стандарты финансовой отчетности, финансовое положение, бизнес, профессиональная подготовка.

Annotation. This article considers the increased attention to the issue of international harmonization of accounting. Identified the need for transition of Russian companies on International Financial Reporting Standards and the training of specialists engaged in the balance sheet.

Keywords: International Financial Reporting Standards, financial situation, business, professional training.

В рамках программы реформирования Российского учета и отчетности в формате МСФО 5 декабря 2011 г. был подписан приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160н «О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и

Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации».

Приказ был опубликован в журнале «Бухгалтерский учет» и перечисляет все действующие стандарты и разъяснения МСФО, которые вводятся в действие на территории РФ.

Процесс перехода на МСФО – достаточно длительный и трудоемкий. Это отдельный проект организации, в который должны быть вовлечены не только бухгалтеры и финансисты, но также руководство организации и сотрудники других подразделений.

Отчетность, составленная по МСФО, позволяет заинтересованным пользователям оценить качество работы менеджмента компании и принимать экономически оправданные решения. В рыночной экономике основными пользователями отчетности являются существующие и потенциальные инвесторы. В России же основную часть заинтересованных пользователей пока составляют банки, финансирующие деятельность организаций, а также акционеры, которые понимают важность точной и надежной информации, отражающей экономическую сущность деятельности компании.

Основной целью МСФО является повышение качества и информативности отчетности, которые являются актуальными для всех пользователей, и в первую очередь, для инвесторов при составлении достоверных прогнозов и корректной оценки.

Другая причина, по которой предприятия уже сейчас составляют отчетность по МСФО, – это желание собственника бизнеса. Владелец всегда стремится создать такой инструмент, который позволял бы ему понимать реальное положение дел на предприятии. МСФО дают возможность объективно оценить финансовое положение компании.

Еще один плюс применения МСФО – использование полученной информации для управленческих целей. При рассмотрении вопроса о том, как должен быть организован управленческий учет, зачастую принимается решение строить его на основе принципов МСФО. Долгое время считалось, что отчетность по МСФО нужна российским банкам и компаниям лишь для ее предоставления внешним пользователям. Сейчас многие руководители понимают, что финансовая отчетность по МСФО необходима им для более эффективного управления своей организацией.

В данный момент ведение учета в формате МСФО интересно тем российским компаниям, которые пытаются выйти на мировой рынок, имеют в качестве акционеров зарубежные компании или физические лица либо хотят привлечь иностранные инвестиции.

Компании, которым будет полезна отчетность по МСФО, можно условно разделить на три группы:

Во-первых, это компании, которые работают с зарубежными партнерами. Если компания активно сотрудничает с зарубежными партнерами, то отчетность, составленная на понятном им языке, была бы большим плюсом.

Во-вторых, это компании, нуждающиеся в кредитных ресурсах. На сегодняшний день нехватка капитала является одной из важнейших проблем для роста организаций. Поэтому сейчас особенно привлекательны западные рынки капитала с относительно более низкими процентными ставками и наличием долгосрочных кредитов.

В-третьих, компании, имеющие развитую систему корпоративной культуры.

Далеко не все предприятия относятся к переходу на МСФО положительно, так как многие из них не готовы к таким переменам.

Существуют факторы, которые препятствуют всеобщему переходу на МСФО.

Одной из важнейших проблем является низкий уровень профессиональной подготовки большей части бухгалтеров и аудиторов, а также недостаточность навыков использования информации, подготовленной по МСФО. В настоящее время немногие российские организации готовят международную отчетность самостоятельно, а в основном обращаются к консалтинговым и аудиторским компаниям.

Следующей важной проблемой является отсутствие прозрачности. Инвесторам необходима достоверная прозрачная отчетность, которая отражает реальное финансовое состояние организации и позволяет им принять верное управленческое решение о вложении средств в акции или инвестиционные проекты. Но многие российские компании и их собственники к этому не готовы.

Следующая проблема – высокие затраты хозяйствующих субъектов на подготовку консолидированной финансовой отчетности по МСФО путем трансформации бухгалтерской отчетности, подготовленной по российским правилам.

Одно из требований, предъявляемых к финансовой отчетности, – оперативность представления информации. К сожалению, сейчас на подготовку отчетности по международным стандартам у предприятий уходит слишком много времени и данные теряют свою актуальность.

В настоящий момент большинство ПБУ на 80% составлены в соответствии с требованиями международных стандартов. Но процесс внедрения МСФО проходил бы намного быстрее, если бы было устранено основное расхождение: отчетность предприятия по англо-саксонской модели должна удовлетворять требованиям собственников, а в России и многих странах Европы отчетность должна соответствовать требованиям законодательства. Это основной сдерживающий фактор, препятствующий внедрению МСФО.

Уже с 2015 года перечень юридических лиц, обязанных формировать и представлять годовую финансовую отчетность в соответствии с МСФО, будет дополнен новыми категориями организаций. Итак, в обязательном порядке готовить и представлять отчетность по МСФО, также станут компании, ценные бумаги которых вращаются на организованных торгах посредством их внесения в котировальный список, и которые формируют консолидированную финансовую отчетность по стандартам US GAAP (ГААП США). Таковыми являются управляющие компании инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов; организации, осуществляющие клиринговую и страховую деятельность; федеральные государственные унитарные предприятия и открытые акционерные общества (ОАО), ценные бумаги которых находятся в федеральной собственности. Что касается включения в перечень негосударственных пенсионных фондов, то такое действие со стороны законодательства РФ призвано повысить контроль за их деятельностью и усилить степень защиты некомпетентных инвесторов.

В части развития профессии в 2014-2015 гг. планируется разработка предложений по расширению подготовки и повышению квалификации специалистов, занятых составлением, аудитом, использованием, контролем, надзором бухгалтерской (финансовой) отчетности по МСФО. Ведь первая отчетность организаций, обязанных с января 2015 г. перейти на международные стандарты, согласно п. 7 ст. 4 ФЗ №208-ФЗ должна быть представлена в апреле 2016 года. Но уже сегодня эти лица должны определить, кто будет ответственен за подготовку отчетности, каков уровень профессионализма у этого специалиста, достаточно ли имеющейся информации для подготовки отчетности по МСФО и раскрытия ее содержания.

Сегодня становление международных стандартов диктуется экономической необходимостью, так как для развития финансового рынка требуется качественная отчетность. Это становление целиком зависит от взаимодействия между государством, бизнесом и бухгалтерским сообществом.

Список литературы и источников:

1.О бухгалтерском учете: федеральный закон Российской Федерации от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ: [принят Гос. Думой 22 ноября 2011 г.: одобр. Советом Федерации 29 ноября 2011 г.].

2.Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»: [утв. приказом Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н].

3. Адаменко А.А. Предприятия малого предпринимательства как субъект бухгалтерского учета / А.А. Адаменко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2007. – № 29. – С. 11-16.
4. Адаменко А.А. К вопросу об аутсорсинге бухгалтерских услуг в России / А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко, Н.Ш. Чич // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2014. – № 1 (61). – С. 181-186.
5.Адаменко А.А. Организация и методические аспекты управленческого учета сельскохозяйственного производства: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / А.А. Адаменко // Московская сельскохозяйственная академия им. К.А. Тимирязева. – Москва, 2009.
6. Адаменко А.А. Научное развитие зарубежной методики учёта / А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2013. – № 3. – С. 297-303.
7.Башкатов В.В., Малых Е.Е. Порядок расчета показателя совокупного финансового результата в бухгалтерской отчетности организации // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета = Polythematic online scientific journal of Kuban State Agrarian University. 2014. Т. 95. № 95 (05). С. 875-885.
8.Боброва, Е.А. Формирование учетной политики согласно РСБУ и МСФО: методологические основы / Е.А. Боброва // Аудиторские ведомости. - 2011. - № 1

А.А. ХОКОН
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О. ЯКИМОВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О.В. ИЩЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

РАЗЛИЧИЯ И ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ В СТАНДАРТЕ «ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА» МСФО (IAS) 16 И ПБУ 6/01

Аннотация. Статья посвящена вопросам, отражающим существующие расхождения в российском ПБУ и зарубежном МСФО касающегося вопроса основных средств. В статье рассматриваются различия оценки основных средств

Ключевые слова: МСФО, ПБУ, РСБУ, внеоборотные активы, основные средства, виды оценки основных средств.

Annotation. The article is devoted to the questions reflecting the existing divergences in the Russian accounting regulations and foreign IFRS of the concerning question of fixed assets. In article distinctions of an assessment of fixed assets are considered

Keywords: IFRS, accounting regulations, RAS, non-current assets, fixed assets, types of an assessment of fixed assets.

Понятие основных средств в международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) более узко, чем в российском учете. Фактически основные средства МСФО делятся в зависимости от назначения активов и способа получения экономической выгоды на инвестиционную собственность, внеоборотные активы, предназначенные для продажи, и собственно основные средства.

Одним из стандартов, устанавливающих порядок учета активов и их обесценение является стандарт – МСФО (IAS) 16 «Основные средства».

Основные средства – это материальные активы, используемые компанией для производства или поставки товаров и услуг, для сдачи в аренду и для административных целей в течение более чем одного периода, при этом компания получит связанные с активом, будущие экономические выгоды. Целью стандарта IAS 16 является определение порядка учета основных средств (ОС) в вопросах признания активов, определения их балансовой стоимости, амортизационных отчислений и убытков от обесценения, с тем, чтобы пользователи могли получать информацию об инвестициях предприятия в основные средства и об изменениях в составе таких инвестиций. Основные средства

отражаются в балансе по первоначальной или восстановительной стоимости за минусом накопленного износа и убытков от обесценения. [1]

Основные средства, по которым принято решение о продаже, выделены в самостоятельную категорию внеоборотных активов для продажи, учет которых регулируется отдельным стандартом IFRS 5 "Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность". По правилам МСФО внеоборотные активы, представляющие собой объекты недвижимости, экономические выгоды от которых будут получены путем сдачи в аренду, а не путем использования в основной деятельности и не путем продажи, являются инвестиционной недвижимостью. Такое недвижимое имущество также учитывается обособленно в соответствии со стандартом IAS 40 "Инвестиционное имущество ". Таким образом, с точки зрения МСФО недвижимость, сдаваемая в аренду, не является основным средством, и действие стандарта IAS 16 на нее не распространяется. То же относится к земельным участкам, зданиям и сооружениям, назначение которых не определено, - они должны квалифицироваться как инвестиционная недвижимость. [2];[3];[4]

Помимо IAS 16 при учете основных средств, следует принимать во внимание и другие стандарты:

- IAS 17 "Аренда";
- IAS 20 "Учет государственных субсидий";
- IAS 21 "Влияние изменений валютных курсов";
- IAS 23 "Затраты по займам";
- IAS 36 "Обесценение активов",

а также разъяснение IFRIC 1 "Изменения в обязательствах по демонтажу и ликвидации основных средств, восстановлению окружающей среды и иных аналогичных обязательств" и др.

Вышеизложенные критерии квалификации основных средств аналогичны критериям, приведенным в отечественном положений по бухгалтерскому учету (ПБУ 6/01). Однако в МСФО критерий экономической выгоды при классификации активов применяется более жестко: активы, неспособные приносить экономическую выгоду, прямо или косвенно должны признаваться текущими расходами отчетного периода. ПБУ 6/01 также определяет будущую экономическую выгоду как один из критериев основных средств, списание объектов по данному признаку российскими компаниями не практикуется. [5]

Понятие "основные средства" в российском учете является более широким. Объекты недвижимости, подлежащие сдаче в аренду, классифицируются в РСБУ как доходные вложения в материальные ценности. При этом правила их учета аналогичны правилам учета производственных основных средств.

Виды оценки ОС.

Фактическая (первоначальная) стоимость и оценка по переоцененной стоимости.

Особенностью формирования первоначальной стоимости основных средств в МСФО является дисконтирование неоплаченной части стоимости объекта при его приобретении в рассрочку. Разность между величиной задолженности и суммарными выплатами признается процентными расходами на протяжении периода кредитования (если только она не капитализируется в соответствии с IAS 23 "Затраты по займам").

Основные средства принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости. Первоначальной стоимостью ОС, приобретенных за плату, признается сумма фактических затрат организации на приобретение, сооружение или изготовление, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов.

В ПБУ 6/01, в свою очередь, предусматривается возможность включения в первоначальную стоимость объектов иных затрат, непосредственно связанных с приобретением, сооружением и изготовлением объекта основных средств. [5]

На практике резервы по выводу из эксплуатации либо ликвидации основных средств признаются компаниями достаточно редко, что может служить основанием для выполнения соответствующих корректировок при переводе отчетности на МСФО.

В качестве альтернативного подхода основные средства могут учитываться по переоцененной стоимости, являющейся справедливой стоимостью на дату переоценки за вычетом амортизации и убытков от обесценения.

По правилам МСФО компании, выбравшие для какой-либо группы основных средств метод учета по переоцененной стоимости, обязаны привести балансовую (то есть остаточную) стоимость основных средств к их справедливой стоимости.[1]

Действующие требования российского законодательства ПБУ 6/01 описывают указанную процедуру как переоценку первоначальной стоимости объектов и пересчет накопленной амортизации с аналогичным коэффициентом (п. 15 ПБУ 6/01). Таким образом, остаточная стоимость переоцененного объекта в РСБУ никогда не равна рыночной стоимости, предоставленной оценщиком.[5]

Результаты переоценки в соответствии МСФО отражаются в бухгалтерском учете и влияют на изменение капитала аналогично тому, как это делается в отечественном учете. В случае уценки объектов сначала подлежит уменьшению сумма накопленного резерва переоценки, а оставшаяся сумма убытка относится на финансовые результаты.[1]

Вместе с тем, несмотря на сближение требований ПБУ 6/01 с Международными стандартами, при переводе отчетности на МСФО компаниям может потребоваться корректировка финансового результата в отношении сравнительных периодов, представленных в отчетности, при наличии операций по переоценке основных фондов.

Вывод: В последнее время все более необходимой становится трансформация бухгалтерской отчетности в соответствии с требованиями МСФО. В условиях глобализации экономики, создания трансконтинентальных компаний и международных фондовых рынков назрела необходимость превращения национального бухгалтерского учета в формы, отвечающие требованиям мирового экономического сообщества. Это обусловлено развитием мировой экономики, требующей единой информационной бухгалтерской системы, между компаниями, действующими на международных рынках. Переход на МСФО, позволит России свободно действовать на международных рынках, т.к. предоставление отчетности в соответствии с МСФО является необходимой процедурой при выходе на международные рынки. Так же переход на МСФО позволит улучшить инвестиционный климат страны.

Список литературы и источников:

1.Международные стандарты финансовой отчетности Учебное Пособие Для Бакалавров В.С. Карагод, Л.Б. Трофимова. Учебник и практикум Для прикладного бакалавриата – 4 – е изд. Перераб. И доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 330 с.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства» [Текст] введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 № 160н (ред. от 17.12.2014) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

3. Международный стандарт финансовой отчетности IAS 40 "Инвестиционное имущество" [Текст] введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 № 160н (ред. от 17.12.2014) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

4. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 5 "Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность"[Текст] введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 18.07.2012 № 106 н (ред. от 27.08.2012) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01) [Текст] утверждено Приказом Минфина от 30.03.2001 № 26н (ред. от 24.12.2014) [Электронный ресурс] // Консультант плюс: Информационный банк. - М.: Консультант плюс, 2015

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ НАЛОГОВОГО И ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

А.В. ЛЕЖЕПЁКОВА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
А. А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского учета
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены методы оценки финансовых результатов предприятия. Выявлена необходимость проведения комплексного финансового анализа с целью улучшения финансового положения организации.

Ключевые слова: оценка финансовых результатов, прибыль, рентабельность, методика финансового анализа, внешние источники информации, внутренние источники информации.

Annotation. The article considers the methods of the assessment financial results. Identified the need for a comprehensive financial analysis for the purpose to advancement of the organization.

Keywords: assessment of financial results, profit, profitability, technique of the financial analysis, external sources of information, internal sources of information.

В современных условиях, когда экономика нашей страны испытывает кризис и влияние санкций, предприятия вынуждены мобилизовать все имеющиеся у них внутренние ресурсы, большую роль в этом процессе приобретает оценка финансовых результатов деятельности предприятия.

Оценка финансовых результатов – важнейшая характеристика деятельности предприятия. Она необходима для принятия экономических решений, направленных на эффективное использование ресурсов, выбор наилучшего варианта инвестиций, обоснования перспективы развития предприятия.

Основная цель финансового анализа заключается в получении ключевых параметров, которые смогут дать объективную оценку финансового состояния предприятия, выявить его слабые и сильные стороны и структурные изменения, и с учетом результатов исследования принять оптимальное управленческое решение.

Задачи оценки финансовых результатов,по общему мнению, состоят в оценке динамики показателей прибыли и рентабельности за анализируемый период [7].

Прибыль организации – основной фактор экономического и социального развития, как самого предприятия, так и общества в целом.

Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального характера трудового коллектива. За счет прибыли выполняются внешние финансовые обязательства перед бюджетом, банками, внебюджетными фондами и другими организациями. Она характеризует степень деловой активности и финансового благополучия. В условиях рынка субъект хозяйствования стремится если не к максимальной прибыли, то к такой величине прибыли, которая обеспечит динамическое развитие производства в условиях конкуренции, позволит ему удержать позиции на рынке данного товара, обеспечит его выживаемость.

Показатели прибыли создают основу экономического развития предприятия, поэтому необходимо проведение их оценки.

Основными задачами оценки прибыли предприятия являются [6]:

1. Изучение формирования и структуры прибыли (убытка) от обычной деятель-

ности, абсолютное ее изменение против базового периода.

2. Обоснование и количественное определение факторов изменения валовой прибыли и прибыли от продаж.

3. Обоснование и количественное соизмерение факторов изменения прибыли от обычной деятельности, в том числе за счет изменения прибыли до налогообложения и прибыли от продаж.

4. Выявление и количественное соизмерение резервов роста прибыли.

5. Оценка факторов формирования чистой прибыли.

Преимущество методики оценки показателей рентабельности состоит в том, что при ее использовании учитывается взаимосвязь объема продаж, издержек и прибыли. Это обеспечивает более точное исчисление влияния факторов и, как следствие, более высокий уровень планирования и прогнозирования финансовых результатов. Использование этого метода позволит более эффективно управлять процессом формирования финансовых результатов.

Основные задачи оценки рентабельности заключаются в следующем [6]:

1) изучение динамики уровня рентабельности;

2) оценка выполнения плана по уровню рентабельности;

3) необходимость определения влияния на изменение уровня рентабельности отдельных факторов;

4) определение выводов и предложений по результатам проведенной оценки.

Оценка финансовых результатов деятельности предприятия также позволяет определить наиболее рациональные способы использования ресурсов, что является необходимым условием в сложившейся сложной экономической ситуации.

Оценка финансовой деятельности предприятия осуществляется на основе бухгалтерской (финансовой)отчетности. По данным отчётности определяют потребности в финансовых ресурсах, оценивают эффективность структуры капитала, прогнозируют финансовые результаты деятельности предприятия, а также решают другие задачи, связанные с оценкой финансовой деятельности.

Выделяют шесть основных правил методики финансового анализа [9]:

1) Горизонтальный анализ – сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом;

2) Вертикальный анализ – определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом;

3) Трендовый анализ – сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение динамики изменения показателя. С помощью данного анализа формируются возможные значения показателей в будущем, и проводится прогнозный анализ;

4) Анализ относительных показателей – расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей;

5) Сравнительный анализ – анализ, который включает как межхозяйственный анализ показателей данной фирмы с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними хозяйственными данными, так и внутрихозяйственный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям фирмы, дочерних фирм, подразделений и пр.;

6) Факторный анализ – анализ влияния отдельных факторов на результативный показатель. Причем факторный анализ может быть как прямым, когда результативный показатель дробят на составные части, так и обратным, когда его отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель.

Информационное обеспечение оценки и принятие решений по финансовым ре-

зультатам формируется за счет внешних и внутренних источников информации.

К внешним источникам информации можно отнести следующие показатели [8]:

1) общеэкономическое развитие страны: служит основой анализа и прогнозирования условий внешней среды функционирования предприятия. Это необходимо при разработке политики управления прибылью, осуществления инвестиционной деятельности, выявления резервов роста прибыли;

2) конъюнктура рынка: необходима для оценки и принятия решений в области ценовой политики, привлечения капитала из внешних источников, определения затрат по обслуживанию дополнительно привлеченного капитала, формирования портфеля долгосрочных финансовых вложений, осуществления краткосрочных финансовых вложений;

3) деятельность конкурентов и контрагентов: показатели этой группы используется для осуществления оперативного анализа и регулирования отдельных аспектов формирования и использования прибыли.

К внутренним источникам относятся [8]:

1) показатели финансового учета предприятия: на их основе осуществляется оценка, прогнозирование и текущее планирование прибыли. Преимуществами показателей финансовой отчетности является их унифицированность, что позволяет использовать типовые методики оценки и алгоритмы финансовых расчетов по отдельным вопросам формирования и использования прибыли.

2) показатели управленческого учета, формирующие информационную базу оперативных управленческих решений.

Использование представленных показателей, формируемых из внешних и внутренних источников, позволяет создать на каждом предприятии целенаправленную систему информационного обеспечения, ориентированную не только на эффективное текущее и оперативное управление, формирование и использование финансовых результатов, но и на принятие стратегических решений.

Таким образом, проблема повышения финансовых результатов, которая особенно остро встала перед предприятиями в настоящее время, может быть решена только в ходе проведения оценки, в которой используются разнообразные приемы и методы, позволяющие получить полную и достоверную информацию о деятельности организации.

Список литературы и источников:

1. Адаменко А.А. К вопросу об аутсорсинге бухгалтерских услуг в России / А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко, Н.Ш. Чич // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2014. – № 1 (61). – С. 181-186.

2. Адаменко А.А. Ретроспективный взгляд на развитие зарубежной учетной мысли / А.А. Адаменко, М.С. Рыбянцева // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 70. – С. 395-405.

3.Азиева З.И. Особенности формирования учетной политики сельскохозяйственных организаций в соответствии с МСФО / З.И. Азиева, А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко, Н.Ш. Чич // Естественно-гуманитарные исследования. – 2014. – № 2 (4). – С. 39-45.

4. Богдашев И.В. К вопросу об интеллектуальной элите / И.В. Богдашев, А.А. Адаменко // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 11 (40). – С. 180-183.

5. Богдашев И.В. Мотивационный механизм повышения эффективности инновационной системы на уровне предприятия, региона и общегосударственном уровне / И.В. Богдашев, А.А. Адаменко // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 10 (39). – С. 691-694.

6.Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика – 2012. – 253с.

7.Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений. - 2010г. - с 159.

8.Журавлев В.В. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия // Деловая информация. – 2011. №3. – С.23.

9.Матвейчева Е.В., Вишнинская Г.Н.Традиционный подход к оценке финансовых результатов деятельности предприятия //Аудит и финансовый анализ. –2000.–№1. – С.28.

10. Сигидов Ю.И. Предпосылки внедрения управленческого учета в учетную практику сельскохозяйственных организаций / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 6. – С. 31-38.

11. Сигидов Ю.И. Учетная политика сельскохозяйственных организаций для целей управленческого учета / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 1. – С. 18-23.
12. Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития / Адаменко А.А., Алексеева О.А., Алиева А.В., Асканова О.В., Григорьева Т.В., Громов Е.И., Даминева Р.М., Ильин Н.И., Ильинова С.В., Иремадзе Е.О., Картаузов А.А., Катунин В.А., Клочко А.В., Костырев А.П., Котляров С.Е., Кулиш Н.В., Мариненко А.А., Медведева В.Н., Милаевская С.С., Орлова Н.В. и др. – Воронеж, 2009. – Том 18.

М.А. ВОЙТОВА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
А.А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского учета
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВАНИЯ ЛИЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Риски, которые сопровождают лизинговую сделку, могут привести к существенным финансовым потерям как у лизингополучателя, так и у лизингодателя. Страхование – это один из способов минимизации этих рисков. Стремление к интегрированию в мировое экономическое сообщество предусматривает перераспределение риска как формы экономического сотрудничества.

Ключевые слова: страхование, лизинг, риск, минимизация.

Annotation. The risks that accompany the leasing transaction, can lead to significant financial losses as the lessee and the lessor. Insurance is one of the ways to minimize these risks. The desire for integration into the world economy leads to reallocation of risk as a form of economic cooperation.

Keywords: insurance, leasing, risk, minimization.

В условиях экономического роста в России для отечественных производителей становится все более актуальнымвопрос обновления основных фондов. Лизинг дает возможность быстро привлечь инвестиции, в том числе и иностранные. Многие экономисты уверенно предсказывают в ближайшембудущем бум лизинга в России.

Страхование является одним из способов обеспечения всесторонней защиты интересов лизинговой сделки. С одной стороны страхование дает возможность непрерывно обеспечиватьвоспроизводство в деятельности лизинга, а с другой –повышает платежеспособность участников лизинговой сделки и компенсирует их потери.

Страховая компания, в системе отношений лизинговой деятельности, является косвенным участником лизинговой сделки (наряду с брокерами, банками и посредниками). Страхование это один из допустимых способов гарантирования охраны интересов лизингодателя, так как оно дает возможностьучастникам лизинговой сделки уменьшить их вероятные имущественные потери.

В условиях экономического роста лизинг – финансовый инструмент, который расширяет и поднимает на новый уровень качества возможности предприятий, в особенности производственную сферу, идает возможностьпри ограниченных возможностях произвести крупномасштабные вклады в развитие материально-технической базы. В рыночной экономике действуют объективные законы рынка, и в них заложен риск. Риски, которые сопровождают лизинговые компании в процессе своей деятельности, можно разделить на две группы: общие и специфические [3].

Общие риски:
- Макроэкономические риски
- Политические риски
- Налоговые риски
- Правовые риски

Специфические риски:
- Финансовые риски
- Проектные риски
- Риск утраты
- Риск невозврата
- Риск невозможности реализации
- Портфельный риск

- Процентный риск
- Валютный риск
- Риск неуплаты лизинговых платежей
- Риски, связанные с предметом лизинга

Риски, которые сопровождают лизинговую сделку, могут привести к значительным финансовым потерям, как у лизингодателя, так и у лизингополучателя. Одним из способов их минимизации и является страхование. Структура страховой защиты деятельности лизинга предусматривает следующие группы страхования.

Страхование имущества, переданного в лизинг: на случай гибели (утраты) или повреждения имущества, оно может быть застраховано в результате случаев, которые перечислены в договоре страхования.

Страхование предпринимательского (финансового) риска банка, выдавшего кредит для ведения лизинговой деятельности: невыполнениемежду банком и лизингодателем сроков и условий финансовых обязательств по кредитному договору по причинам, указанным в договоре страхования.

Страхование предпринимательского (финансового) риска лизингодателя: невыполнениелизингополучателем сроков и условий финансовых обязательств по договору лизинга по причинам, указанным в договоре страхования.

Страхование предпринимательского (финансового) риска лизингополучателя: несоблюдение выполнениялизингодателем обязательств по лизинговому договору, а именно невозврат страхователю авансовых платежей в случаях предусмотренных лизинговым договором, в результате причин, указанных в договоре страхования;

В соответствии со ст. 929 Гражданского кодекса РФ по договору имущественного страхования страховщик обязуется за плату, обусловленную договором (страховую премию) при наступлении предусмотренного в договоре события (страхового случая) возместить страхователю или иному лицу, в пользу которого заключен договор (выгодоприобретателю), причиненные вследствие этого события убытки в застрахованном имуществе либо убытки в связи с иными имущественными интересами страхователя (выплатить страховое возмещение) впределахобусловленнойстраховой суммы [1].

По договору имущественного страхования могут быть, в частности, застрахованы следующие имущественные интересы:

- риск утраты (гибели), недостачи или повреждения определенного имущества [ст. 930 ГК РФ];

- риск ответственности по обязательствам, возникающим вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц, а в случаях, предусмотренных законом, также ответственности по договорам – риск гражданской ответственности [ст. 931 и ст. 932 ГК РФ];

- риск убытков от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или изменения условий этой деятельности по не зависящим от предпринимателя обстоятельствам, в том числе риск неполучения ожидаемых доходов – предпринимательский риск [ст. 933 ГК РФ].

- риск исполнения своих обязательств страховщиком перед страхователем (перестрахование) [ст. 967 ГК РФ].

Согласно статье 21 Федерального закона от 29.10.1998 № 164-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О финансовой аренде (лизинге)» Предмет лизинга может быть застрахован от рисков утраты (гибели), недостачи или повреждения с момента поставки имущества продавцом и до момента окончания срока действия договора лизинга, если иное не предусмотрено договором. Стороны, выступающие в качестве страхователя и выгодоприобретателя, а также период страхования предмета лизинга определяются лизинговым договором.

Страхование предпринимательских (финансовых) рисков осуществляется по соглашению сторон договора лизинга и не обязательно.

Лизингополучатель в случаях, определенных законодательством Российской Федерации, должен застраховать свою ответственность за выполнение обязательств, возникающих вследствие причинения вреда жизни, здоровью или имуществу других лиц в процессе пользования лизинговым имуществом.

Лизингополучатель вправе застраховать риск своей ответственности за нарушение договора лизинга в пользу лизингодателя [2].

Сегодня доля сделок с застрахованным имуществом составляет 96% от общей стоимости лизинговых сделок, и страховая защита предоставляется по нескольким видам рисков.

ФЗ «О лизинге» свидетельствует тот факт, что доля страхования организационного и кредитного риска не превышает 3% от общего объема застрахованных сделок. Причиной тому служат высокие страховые тарифы данных видов рисков – от 3 до 11% от величины платежей, а также отсутствие лицензии на страхование финансовых рисков у многих страховых компаний. Подобные условия страхования существенно влияют на ситуацию на рынке лизинговых услуг. Увеличение лизинговых платежей, обусловленное страхованием, делает лизинговые схемы для лизингополучателя менее привлекательными. Поэтому около 20% компаний ежегодно несут убытки в размере от 0,1% до 12% от стоимости лизингового портфеля.

Сложная экономико-правовая природа лизинговых отношений предопределяет появление на рынке комплексного страхования предмета лизинга. Все больше страховщиков готовы предложить для лизинговых компаний специализированный страховой продукт, отражающий специфику и интересы участников лизинговой сделки. Некоторые операторы рынка предлагают также страхование политических, административных и социальных рисков. Многие страховые компании разработали специальные условия страхования платежей по лизинговым операциям в форме «Правил добровольного страхования риска непогашения лизинговых платежей».

Таким образом, специфика рынка такова, что страховые компании в лизинговых сделках исключительно страхуют предмет лизинга. Страховать несвоевременную уплату или невыплату лизинговых платежей лизингополучателем экономически нецелесообразно из-за высоких тарифов. Проще лизингодателю увеличить авансовый платеж или отказаться от участия в такой сделке. В крайнем случае, лизинговые компании страхуют только первые платежи, являющиеся индикатором платежеспособности клиента. Следует также подчеркнуть недостаточность предложения со стороны страховых компаний, которые осуществляют страхование финансовых рисков [4].

Российскими страховыми компаниями, такими, как “Россия”, “Росгосстрах”, “Ингосстрах”, разрабатываются специальные условия страхования платежей по лизинговым операциям “Правила добровольного страхования риска непогашения лизинговых платежей”.

Механизм страхования и перестрахования лизинговых операций содействует формированию и сублизинговых отношений, а стремление к интегрированию в мировое экономическое сообщество предусматривает перераспределение риска как формы экономического сотрудничества.

Дополнительная защита, которую предоставляют страховые компании, основанную на системном подходе к анализу деятельности лизингополучателя, обеспечивает непрерывность воспроизводства в области лизинговой деятельности, защиту от потерь и повышает платежеспособность всех участников лизинговой сделки.

Дальнейшее развитие комплексного механизма страховых гарантий по лизинговым операциям позволит вести переговоры с банками о вложении средств в лизинговые проекты на более выгодных условиях.

Список литературы и источников:

1. Гражданский кодекс РФ от 26.01.1996 № 14-ФЗ - Часть 2, статья 929 (ред. от 06.04.2015)
2. Федеральный закон от 29.10.1998 №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (ред. от 31.12.2014)
3. Антошина Т.Б. «Системный анализ страхования в лизинге» Лизинг-ревю –2002 г № 5 стр. 21

4. Гостева М. Страхование - не благотворительность, а надёжная защита // Оборудование. - 2010. - № 11.
5. Сигидов Ю.И. Предпосылки внедрения управленческого учета в учетную практику сельскохозяйственных организаций / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 6. – С. 31-38.
6. Сигидов Ю.И. Учетная политика сельскохозяйственных организаций для целей управленческого учета / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 1. – С. 18-23.
7. Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития / Адаменко А.А., Алексеева О.А., Алиева А.В., Асканова О.В., Григорьева Т.В., Громов Е.И., Даминева Р.М., Ильин Н.И., Ильинова С.В., Иремадзе Е.О., Картаузов А.А., Катунин В.А., Клочко А.В., Костырев А.П., Котляров С.Е., Кулиш Н.В., Мариненко А.А., Медведева В.Н., Милаевская С.С., Орлова Н.В. и др. – Воронеж, 2009. – Том 18.

К. ЗИЕНКО
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Т.В. ПАВЛЮШКЕВИЧ
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ЭТАПЫ НАЛОГОВЫХ РЕФОРМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрены основные этапы налоговых реформ в РФ и их результаты. Схематично показан алгоритм реализации налогового реформирования. Представлен прогноз налоговых реформ, нужных России сейчас. Ознакомление с налогами зарубежных стран, сравнение налоговых ставок с отечественными.

Ключевые слова: налоговая реформа, налоговая система, налоговое законодательство, налоговое право.

Annotation. The article describes the main stages of tax reform in the Russian Federation and their results. Schematically shows the algorithm of the implementation of tax reform. Presents a forecast of the necessary Russian tax reforms. Familiarization with taxes of foreign countries, compared with domestic tax rates.

Keywords: tax reform, tax system, tax legislation, tax law.

Курс перехода к рыночным отношениям в Российской Федерации привел к необходимости серьезного реформирования налоговой системы. Первые попытки перейти к налоговой системе, отказавшись от практики установления дифференцированных платежей из прибыли предприятий в бюджет, были сделаны еще в 1990-1991 гг. в рамках союзного государства. Именно тогда началась подготовка к налоговой реформе, предусматривающей изменение распределительных отношений, унификацию и стабильность налогообложения, использование налогов в качестве регулятора рыночных отношений, формирование новых слоев хозяйствующих субъектов (предпринимателей, кооперативом, малых предприятий), а также приближение налоговой системы страны к налоговым системам стран с рыночной экономикой [4]. Рассмотрим условный алгоритм реализации налоговой реформы на рисунке 1.

Как показывает анализ, в Российской Федерации кодификация налогового законодательство осуществлялась в рамках налоговой реформы и в своем развитии прошла три этапа. До рыночных реформ регулирование налоговой сферы не признавалось важнейшей государственной задачей и осуществлялось подзаконными актами, в том числе множеством ведомственных инструкций. Чисто фискальная функция налогов выражалась в прямом их изъятии и накоплении в центре с последующим распределением средств «сверху вниз». Проведение рыночных реформ в России привело и к коренному изменению налоговых отношений [9] .

В целом главный результат первого этапа налоговой реформы был связан со сломом старой налоговой системы советского образца, формировалась система налогов, характерных для рыночной экономики. Но до эффективного функционирования этой системы дело так и не дошло.

Начинается первый этап налоговой реформы в 1991 году. Принимается целый комплекс законов. Базовым стал Закона Российской Федерации «Об основах налоговой системы в Российской Федерации», принятый 27 декабря 1991 года 2118-1. Этот закон определил общие принципы построения налоговой системы в Российской Федерации, виды налогов, сборов, пошлин и других платежей (федеральные, субъектов Федерации и местные налоги), а также права, обязанности и ответственность налогоплательщиков и налоговых органов [3, 19] .

Рисунок 1 – Алгоритм реализации налоговой реформы

Вслед за ним были приняты и другие законы. Закон Российской Федерации от 6 декабря 1991 г. «О налоге на добавленную стоимость». Закон Российской Федерации от 7 декабря 1991 г. «О подоходном налоге с физических лиц», Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. «О налоге на прибыль предприятий и организаций». Закон Российской Федерации от 20 декабря 1991 г. «Об инвестиционном налоговом кредите». Закон Российской Федерации «О налогах на имущество физических лиц». Закон Российской Федерации от 13 декабря 1991 г. «О налоге на имущество предприятий». Закон Российской Федерации «О налоге с имущества, переходящего в порядке наследования или дарения» [1].

В соответствие с Законом об основах налоговой системы установление и отмена налогов, сборов, пошлин и других платежей, а также льгот их плательщикам осуществляются Верховным Советом Российской Федерации и другими органами государственной власти.

По смыслу закона под другими органами государственной власти не понимались ни Президент Российской Федерации, ни Президиум Верховного Совета, а только Вер-

ховные Советы республик в составе Российской Федерации и местные советы народных депутатов [5].

На уровне Российской Федерации полномочия по всем ключевым налоговым вопросам принадлежали Верховному Совету Российской Федерации, который принимал по ним законы и постановления, имеющие определенное значение для всей системы налогового законодательства. Только Верховный Совет Российской Федерации был вправе вводить и отменять налоги, а также вводить льготный режим налогообложения на территории Российской Федерации. Верховный Совет Российской Федерации мог делегировать право установления определенных налогов, а также льготного налогообложения на территории Российской Федерации другим законодательным или представительным органам власти [6] .

После распада СССР начались центробежные процессы, которые коснулись взаимоотношений центра и регионов по поводу взимания налогов. Поэтому потребовалось более жесткое закрепление принципа единства налоговой политики. Постановлением Верховного Совета Российской Федерации от 10 июля 1992 г. «О мерах по обеспечению сбора и поступлений налоговых платежей в республиканский бюджет Российской Федерации» было определено, что законодательные и нормативные акты органов власти и управления по вопросам налогообложения применяются постольку, поскольку они не противоречат закону РФ «Об основах налоговой системы в Российской Федерации». Фактически же вопреки Конституции и закону об основах налоговой системы правовые акты по налоговым вопросам, входящим в компетенцию высшего представительного органа Российской Федерации принимали другие органы: Президент Российской Федерации, Президиум Верховного Совета, Правительство Российской Федерации. Президенту Российской Федерации V Съездом народных депутатов Российской Федерации было предоставлено право принимать указы, носящие нормативный характер и изменяющие действующие законы [7] .

22 декабря 1993 г. Президентом Российской Федерации был принят Указ 2268 «О формировании республиканского бюджета Российской Федерации и взаимоотношениях с бюджетами субъектов Российской Федерации в 1994 году». Этим Указом был осуществлен переход от принципа единства налоговой политики к налоговой децентрализации. Указ установил, что дополнительные налоги и сборы в республиках в составе Российской Федерации, краях, областях, автономных округах, городах Москве и Санкт-Петербурге, дополнительные местные налоги и сборы, не предусмотренные законодательством Российской Федерации, могут вводиться решением органов государственной власти субъектов Российской Федерации, местных органов государственной власти. При этом уплата этих налогов должна производиться за счет прибыли, остающейся у предприятий и организаций после уплаты налога на прибыль. Таким образом, в дополнение к налогам, установленным федеральным законодательством, органы власти субъектов Федерации и местные органы власти могли устанавливать и вводить в действие любые налоги без ограничения их размера [3] .

Результат первого этапа налоговой реформы не велик.

Сравнительный анализ с налоговом законодательством СССР показал, что принятый в декабре 1991 г. пакет налоговых законов России в значительной мере основывался на той же нормативной базе.Это прежде всего касалось вопросов терминологии, понятийного аппарата, определений (важнейших для налогового права нормативных элементов), конструкций норм, построения отдельных институтов (особенно показателен Закон о налогообложении доходов физических лиц, в котором основным классифицирующим признаком режимов налогообложения является наличие места основной работы). Неразработанными остались основные общие и общерегулирующие институты (прежде всего касающиеся прав налогоплательщиков, обязанностей и ответственности налоговых органов); процедурно-процессуальные (порядок проведения проверок, производство по делам о налоговых правонарушениях), остались вне законодательного

регулирования такие важнейшие институты, как представительство в налоговых правоотношениях, защита и другое [2] .

В 1992-1993 гг. налоговая реформа пошла не по пути решения этих проблем, а по пути усиления фискального характера налогообложения, административной и уголовной репрессии. Высокие ставки налога, незначительный объем льгот, отсутствие или расплывчатость основных терминов, сложных экономических понятий и категорий, нечеткость процедур расчета делали налоговый климат в стране неблагоприятным. Второй этап налоговой реформы начался с принятия Конституции РФ 12 декабря 1993 г. К этому времени все острее назревали потребности обновления и дальнейшего развития налогового законодательства, которое впервые приобретает значение подотрасли финансового законодательства.

Важная особенность второго этапа налоговой реформы заключалась в том, что впервые в истории России на конституционном уровне была закреплена норма, устанавливающая право вводить налоги только законодателю.

Реформирование налогового законодательства, осуществляемое до принятия НК РФ, не позволило преодолеть тенденции, которые сложились еще на первом этапе налоговых преобразований. Никаких существенных изменений в налоговое законодательство не вносилось, основная работа велась по совершенствованию действующего законодательства и приведению его в соответствие с Конституцией РФ. На рисунке 2 представлены конституционные нормы и принципы построения налоговой системы.

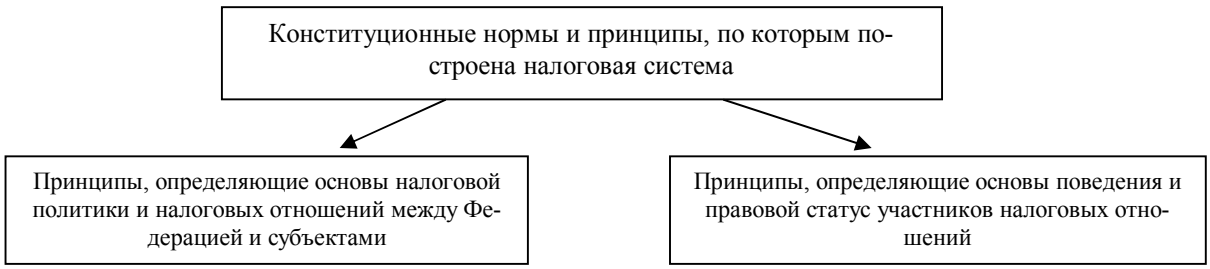

Рисунок 2 – Конституционные нормы и принципы построения налоговой системы

Нормы Конституции РФ, касающиеся защиты прав и свобод человека и гражданина, установлены, чтобы на практике реализовать конституционную защиту частной собственности при осуществлении налоговых отношений, подтвердить приоритетность защиты прав налогоплательщика при толковании и коллизии правовых норм, обеспечить законность в налоговых правоотношениях [5] .

На этом этапе с 1 января 1994 года Указом Президента РФ N 2270 от 22 декабря 1993 года вводятся новые федеральные налоги:

– специальный налог с предприятий, учреждений и организаций для финансовой поддержки важнейших отраслей народного хозяйства Российской Федерации и обеспечения устойчивой работы предприятий этих отраслей;

– транспортный налог с предприятий, учреждений и организаций (кроме бюджетных) в размере 1% от их фонда оплаты труда, с включением уплаченных сумм в себестоимость продукции (работ, услуг).

С 1 января 1996 года специальный налог с предприятий, учреждений и организаций для финансовой поддержки важнейших отраслей народного хозяйства Российской Федерации и обеспечения устойчивой работы предприятий этих отраслей отменен.

С 15 ноября 1997 года транспортный налог отменен, так как Указ Президента РФ от 22.12.93г. N 2270, в соответствии с которым был введен транспортный налог с предприятий, учреждений и организаций (кроме бюджетных) утратил силу с 15.11.97г.

на основании Указа Президента РФ "О признании утратившими силу некоторых указов Президента Российской Федерации" от 15.11.97г. N 1233.

С принятием Конституции 1993 г. возникла острая потребность обновления и дальнейшего развития налогового законодательства, которое на этом этапе впервые приобретает значение подотрасли финансового законодательства. Неурегулированность налоговых правоотношений являлось одним из факторов экономической и социальной напряженности. Важнейшей задачей в этих условиях являлось принятие Налогового кодекса Российской Федерации. Только в рамках кодекса можно было закрепить основные цели и задачи налоговой политики, создать отвечающую требованиям экономической и социальной эффективности налоговую систему.

Третий этап налоговой реформы начался в 1998 году и продолжается до сих пор. Его начало было ознаменовано принятием 31 июня 1998 года части первой НК РФ. Это дало возможность более детально реализовать на практике принцип разграничения полномочий между государственными органами Российской Федерацией, ее субъектов и органами местного самоуправления. В третье тысячелетие Россия вступила с Налоговым кодексом, и это впервые за всю историю российской государственности. Создана совершенно новая основа правового регулирования налоговой системы в период перехода к рыночной экономике [9].

Таким образом, в настоящее время в Российской Федерации происходит быстрое развитие налогового права. Появляются новые виды налогов и существенно меняются уже существующие. Многие нормы налогового права долгое время носили подзаконный характер, т. е. регулировались в основном указами президента и постановлениями правительства. Но сейчас наконец-то появился единый кодифицированный законодательный акт – Налоговый Кодекс, – который является значительным шагом вперед в налоговой реформе в России. Только в рамках кодекса можно было закрепить основные цели и задачи налоговой политики, создать отвечающую требованиям экономической и социальной эффективности налоговую систему. Общие нормы и принципы Налогового Кодекса Российской Федерации распространяют свое действие на все нормы налоговых институтов, что способствовало развитию правовых возможностей разрешения споров в налоговом праве. Форма целостного, комплексного акта дала возможность увязать и сбалансировать права и обязанности, как налогоплательщика, так и налоговых органов. Это также дало возможность более детально реализовать на практике принцип разграничения полномочий между государственными органами Российской Федерацией, ее субъектов и органами местного самоуправления.

Активно начали работать основные качества кодифицированных актов:

– всеобщность применения, что особенно важно в условиях поиска баланса интересов, прав и обязанностей Российской Федерации и ее субъектов;

– системность – целостный и комплексный охват экономического и правового материала;

– особая правовая значимость;

– высокая технико-юридическая отработанность;

– длительность действия, стабильность юридических режимов.

Осуществление налоговой реформы по перечисленным направлениям привело к более справедливому распределению налоговой нагрузки, существенно ослабило стимулы к уклонению от уплаты налогов, позволило стабилизировать и снизить номинальные ставки налогов [8].

Важнейшим результатом проведения налоговой реформы стал рост доходов бюджета, что существенно облегчило решение задачи сокращения бюджетного дефицита.

Россия остро нуждается в промышленном рывке. При этом необходимо производство конкурентное, а значит, частное. Оно должно стать новым источником экономического роста помимо нефтегазового сектора. Это подразумевает единую государст-

венную программу его поддержки. Неотъемлемая часть этой программы – налоговая реформа. При определенных настройках она вполне может служить драйвером роста.

За последнее время, на высоком уровне обсуждался ряд идей по изменению налогообложения – возможное введение налога с продаж, отмена порога зарплат, с которых не взимались социальные страховые взносы, налог на софт и т.д. Все они, так или иначе, ведут к росту фискальной нагрузки. Часть этих предложений приняли, часть (налог с продаж) нет. Но острота дискуссии показала, что страна достигла потолка налогообложения; любое новое повышение налогов и сборов будет уже чрезмерным.

Налоговая нагрузка занимает второе после коррупции место среди главных проблем российского бизнеса. Такие данные были получен в ходе опроса бизнесменов для Всероссийского экономического форума. С легкой руки отдельных представителей финансового блока правительства у нас почему-то принято считать, что в России низкие налоги. Это миф. Недавно аудиторская компания Pricewaterhouse Coopers подсчитала, что уровень налоговой нагрузки в России выше среднемирового на 7,4 процентных пункта – 50,5% против 43,1%. Налоги в России хотя и не самые высокие в мире, но выше, чем в США и многих других динамично развивающихся экономиках.

Уровень налогообложения в России стал критичен с момента вступления в Единый таможенный союз. Налоги меньше и в Белоруссии и в Казахстане, в то время как границы с ними открыты, и приток и капитала, и товаров идет беспрепятственно. Особенно большая разница - с Казахстаном. В результате уже сегодня многие компании открывают заводы в Казахстане под поставки в Россию. Экспертная группа уполномоченного по защите прав предпринимателей провела расчеты на примере конкретной компании, которая имеет два цементных завода: один в Волгограде, другой в Казахстане. В Казахстане сумма издержек меньше на 30%. При этом российская система отличается от большинства европейских тем, что нагрузка на корпоративный сектор гораздо выше, чем на физических лиц. Это дестимулирует развитие производства. В России легче купить яхту, дорогую машину, элитную недвижимость, чем построить завод. Жизненно важно перенести тяжесть фискальной нагрузки с процесса производства на процесс потребления. Понятно, что психологически тяжело решиться на новую налоговую реформу после удачной реформы начала «нулевых». Тогда она была вызвана необходимостью стабилизации финансовой системы, то теперь перед страной стоят иные задачи – прежде всего обеспечение экономического роста. Новые приоритеты подразумевают изменения в налоговой системе [3, 19].

Пока речь не идет о кардинальных реформах, революциях. Необходимо понять, как в сегодняшней ситуации, не дисбалансируя систему в целом, не подвергая её серьёзным рискам, выйти на решения по стимулированию роста. Важно не допустить снижения доходов бюджета, но при этом сделать еще и так, чтобы в дальнейшем за счёт роста налогооблагаемой базы доходы бюджета росли. По итогам нескольких круглых столов в формате ситуационного анализа были сформулированы конкретные шаги по донастройке отдельных параметров налоговой системы. Так, за последние два года почти исчез микробизнес из-за резкого роста ставок социальных страховых выплат; теперь нужно стимулировать людей возвращаться на рынок и работать «в белую». Решением могло бы быть в введении патентов для самозанятых, т.е. тех индивидуальных предпринимателей, которые не используют наемный труд. Получение таких патентов должно быть максимально упрощено, вплоть до оплаты и получения их в банкоматах, а минимальный срок их действия должен составить 1 год. В целом будет правильно ввести налоговые каникулы для малого бизнеса. Но не на определенный календарный срок, как это практиковалось раньше, а на определенную сумму налогов – к примеру, на 10 млн. рублей (нарастающим итогом с момента начала деятельности). Это заставит начинающих предпринимателей сразу вести бухгалтерию и облегчит им работу по окончании каникул. Чтобы стимулировать рост производительности труда через технологическое обновление экономики, необходимо ввести налоговые вычеты при закупке

нового оборудования. Это абсолютно нормальная практика, принятая в большинстве развитых экономик. Налоги можно использовать и для стимулирования региональных и муниципальных властей. Уже сформулировано поручение председателя правительства Минфину и Минэкономразвитию – представить предложения о расширении источников доходов местных бюджетов. В соответствии с ним, чтобы у муниципалитетов были стимулы более плотно заниматься развитием бизнеса на своих территориях, будут установлены дополнительные отчисления в муниципальные бюджеты по всем налогам, уплачиваемым субъектами малого и среднего предпринимательства, в размере 75% прироста объема таких платежей за отчетный период. Недавно в поручениях председателя правительства впервые в истории записана необходимость обсудить налоговую систему в привязке к обеспечению экономического роста. Это открывает хорошие перспективы для реализации озвученных выше предложений, а также дает возможность о подходящем для России пути реформирования налоговой системы.

Список литературы и источников:

1. Василицкая В., Павлюшкевич Т.В. Значение экономических школ в историческом аспекте становления институционализма. Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2014.№ 2 (62). С. 293-299.
2. Гуреев В. И. Российское налоговое право. – М.: Экономика, 1997. – 383с.
3. Дубов В. В. Действующая налоговая система и пути её совершенствования. // Финансы. - 1997. - № 4. С. 22-24.
4. Закон Российской Федерации «Об основах налоговой системы в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями на 21 июля 1997 года). - М. : 1997.
5. Налоги РФ. Сборник нормативных документов. Ч. 1-28. – М., 1997. – 367 с.
6. Павлюшкевич Т.В.Анализ ситуаций в организации аудита в условиях перехода на МСА. 2014.№ 1 (61). С. 239-243.
7. Справочная правовая система «Гарант». (Законодательство России; Налогообложение и бухучет), 1997 НПП «Гарант-сервис».
8. Фоменко Е.В., Григорьева Е.А. Стратегия диверсификации как механизм формирования конкурентного преимущества. Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2014. № 1 (61). С. 259-264.
9. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л. Диверсификация как мощный стратегический инструмент. Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2014. № 2 (62). С. 267-275.

М. В. КАМЫШАН
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
А.А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского учета
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

«НАЛОГОВЫЕ КАНИКУЛЫ» ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ УПРОЩЕННОЙ ИЛИ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается внесение изменений в налоговое законодательство, связанных с освобождением от уплаты налогов зарегистрированных индивидуальных предпринимателей. Льготы предоставляются в течение двух налоговых периодов (календарных лет).

Ключевые слова: налоговые льготы, индивидуальные предприниматели, налоговые каникулы, упрощенная система налогообложения.

Annotation. The article discusses the amendments to the tax legislation related to the exemption of registered individual entrepreneurs. Benefits are provided for two tax periods (calendar years).

Keywords: tax incentives, individual entrepreneurs, tax breaks, simplified tax system.

16 декабря 2014г. Государственная Дума приняла Федеральный Закон, который дает право субъектам РФ возможность ввести «налоговые каникулы» для индивиду-

альных предпринимателей. 29 декабря 2014г. Президент РФ Владимир Путин подписал Федеральный Закон № 477-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» [4].

Принятый закон предусматривает, что любой субъект РФ в период с 1 января 2015 года до 31 декабря 2020 года вправе издать закон, устанавливающий нулевую ставку для впервые зарегистрированных ИП, осуществляющих свою деятельность в производственной, социальной и научной сферах. При этом нулевая ставка может устанавливаться только в отношении упрощенной и патентной сферах налогообложения [4].

Если субъектом РФ принят соответствующий закон, то лицо вправе получить налоговые льготы со дня регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. «Налоговые каникулы» предоставляются ИП в течение двух налоговых периодов (то есть двух календарных лет). Моментом государственной регистрации является внесение регистрирующим органом записи в Единый Государственный Реестре Индивидуальных предпринимателей согласно пункту 2 статьи 11 Федерального Закона от 08.08.2001г. № 129-ФЗ. Но стоит заметить, что согласно закону № 477-ФЗ вновь зарегистрированным организациям нулевые ставки не предоставляются [3].

Как сказали ранее, «налоговые каникулы» предусмотрены только для ИП. При использовании Упрощенной Системы Налогообложения «доходы минус расходы» предусматривается минимальная ставка налога в размере 1% от дохода согласно пункту 6 статьи 346.18 Налогового Кодекса Российской Федерации. Однако при использовании «налоговых каникул» ИП будут освобождены от уплаты этого налога [2].

«Впервые зарегистрированными» будут считаться лица, которые зарегистрируются в качестве ИП после того, как в их регионе будет принят данный освобождающий от налогообложения налог. То есть, на уже зарегистрированных и зарегистрированных после вступления Федерального Закона, но до принятия соответствующего закона субъектом РФ налоговые льготы распространяться не будут.

Стоит отметить то, что применять «налоговые каникулы» не могут и те лица, которые прекращали деятельность в качестве ИП и вновь ее зарегистрировавшие.

Не все виды деятельности дают право на использование налоговых льгот. Нулевую ставку можно использовать, только, если индивидуальный предприниматель будет занят в производственной, социальной и научных сферах деятельности. Субъекты Российской Федерации будут устанавливать такие виды деятельности на основе Общероссийского классификатора услуг населения и (или) Общероссийского классификатора видов экономической деятельности. Причем, разные субъекты смогут устанавливать разные виды «льготной» деятельности. Например, наш край может установить вид деятельности, при котором будут предоставляться льготы, как, например, сельское хозяйство.

Региональные власти могут устанавливать ограничения для Индивидуальных Предпринимателей при использовании «налоговых каникул»:

- предусмотреть ограничения по средней численности работников у ИП;
- предусмотреть предельные размеры доходов от реализации, которые будут получены ИП от «льготного» вида деятельности и другие ограничения.

Важным требованием также является то, что если в период «налоговых каникул» впервые зарегистрировавшийся ИП на упрощенной системе налогообложения будет применять нулевую ставку налога, то по итогам налогового периода (то есть календарного года) доходы от реализации товаров (работ, услуг) по «льготной» деятельности должны составить не менее 70 % от общего объема доходов от реализации. Это требование касается всех предпринимателей, вне зависимости от того, в каком субъекте РФ осуществляется деятельность [4].

Если Индивидуальный Предприниматель нарушит эти требования, то налоги потребуется пересчитать за весь налоговый период по обычным налоговым ставкам.

Стоит заметить, что настоящий закон не запрещает совмещать виды деятельности, как те, которые могут исчисляться по «нулевой ставке», так и те, которые исчисляются по обычным ставкам налогообложения. В этом случае, по доходам от разных видов деятельности будут взиматься налоговые вычеты по разным ставкам. В этом случае следует вести разный учет доходов.

Субъекты РФ вправе выбирать, вводить им «налоговые каникулы» или нет. В свою очередь ИП не освобождаются от уплаты страховых взносов во внебюджетные фонды.

Таким образом, введение нового закона должно значительно облегчить деятельность Индивидуальных Предпринимателей в первые годы работы, так как часть прибыли, которая бы уходила на уплату налогов, будет оставаться в организации. Общественники считают, что это даст мощный импульс росту производства и занятости, а также сократит низкопродуктивные административные расходы государства. Такое убеждение основано на том, что доля налогов от малого бизнеса в общих доходах государства мизерна, зато затраты на налоговое «администрирование» и проверки значительны. Между тем власти выгодно делать ставку именно на данный сектор – он дает рабочие места, снимает социальное напряжение в обществе.

Список литературы и источников:

1. Налоги в Российской Федерации: учебное пособие. Колчин С.П.,Юнити-Дана 2012 год - 270 с.
2. Налоговый кодекс РФ
3. Федерального Закона от 08.08.2001г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
4. Федеральный Закон № 477-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации».
5. Адаменко А.А. К вопросу об аутсорсинге бухгалтерских услуг в России / А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко, Н.Ш. Чич // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2014. – № 1 (61). – С. 181-186.
6. Адаменко А.А. Ретроспективный взгляд на развитие зарубежной учетной мысли / А.А. Адаменко, М.С. Рыбянцева // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 70. – С. 395-405.
7. Азиева З.И. Особенности формирования учетной политики сельскохозяйственных организаций в соответствии с МСФО / З.И. Азиева, А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко, Н.Ш. Чич // Естественно-гуманитарные исследования. – 2014. – № 2 (4). – С. 39-45.
8. Богдашев И.В. К вопросу об интеллектуальной элите / И.В. Богдашев, А.А. Адаменко // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 11 (40). – С. 180-183.
9. Богдашев И.В. Мотивационный механизм повышения эффективности инновационной системы на уровне предприятия, региона и общегосударственном уровне / И.В. Богдашев, А.А. Адаменко // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 10 (39). – С. 691-694.
10. Сигидов Ю.И. Предпосылки внедрения управленческого учета в учетную практику сельскохозяйственных организаций / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 6. – С. 31-38.
11. Сигидов Ю.И. Учетная политика сельскохозяйственных организаций для целей управленческого учета / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 1. – С. 18-23.
12. Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития / Адаменко А.А., Алексеева О.А., Алиева А.В., Асканова О.В., Григорьева Т.В., Громов Е.И., Даминева Р.М., Ильин Н.И., Ильинова С.В., Иремадзе Е.О., Картаузов А.А., Катунин В.А., Клочко А.В., Костырев А.П., Котляров С.Е., Кулиш Н.В., Мариненко А.А., Медведева В.Н., Милаевская С.С., Орлова Н.В. и др. – Воронеж, 2009. – Том 18.

А.В. КНЫШОВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Т.В. ПАВЛЮШКЕВИЧ
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА

Аннотация. В данной статье рассматриваются и выявляются основные методы и модели прогнозирования банкротства. Неумение владеть ситуацией на рынке, рисковать, принимать верные управленческие решения, а также глобальные экономические преобразования могут привести к тому, что большая часть предприятий прекратят свою деятельность. Массовое банкротство предприятий в свою очередь приведет к серьезным негативным социальным, экономическим и политическим последствиям.

Ключевые слова: кризис, антикризисное управление, банкротство, организация, прогнозирование, коэффициент, модель, метод.

Annotation. This article deals with the main methods and models for predicting bankruptcy. The inability to control the situation on the market, to risk, to make the right management decisions, as well as global economic changes can lead to the fact that most of the enterprises will cease operations. Mass bankruptcy of enterprises, in turn, will lead to serious negative social, economic and political consequences.

Keywords: crisis, crisis management, bankruptcy, organization, forecasting, factor, model, method.

Любая деятельность в современных условиях невозможна без присутствия риска. Однако отсутствие риска также вредит экономике. Неумение владеть ситуацией на рынке, рисковать, принимать верные управленческие решения, а также глобальные экономические преобразования могут привести к тому, что большая часть предприятий прекратят свою деятельность. Массовое банкротство предприятий в свою очередь приведет к серьезным негативным социальным, экономическим и политическим последствиям. Именно поэтому проблема банкротства на сегодняшний день является актуальной. В современном мире под банкротством понимается признанная уполномоченным государственным органом неспособность должника (гражданина, организации, или государства) удовлетворить в полном объёме требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных государственных платежей. Тема является актуальной, т.к. на нынешнем этапе развития российской экономики выявление неблагоприятных тенденций развития предприятия, предсказание банкротства приобретают первостепенное значение [3, 29].

Цель данной статьи – дать краткий обзор основных методик прогнозирования банкротства.

Банкротство – это длительный процесс, который направлен на финансовое оздоровление предприятия-должника, возвращение ему способности нормально осуществлять свою хозяйственную деятельность. В свою очередь, принудительная ликвидация компании и распродажа его имущества применяются при банкротстве только тогда, когда финансовое оздоровление невозможно.

Нами было выявлено, что понятие «антикризисного управления предприятием» возникло сравнительно недавно, но зато сегодня его можно встретить во многих сферах. Многие полагают, что основной причиной его появления на свет является реформирование российской экономики, а также появление достаточно большого количества коммерческих и других предприятий, положение которых незавидно – они находятся на стадии банкротства. Конечно, кризис предприятий – это вполне нормальный процесс, которого некоторые компании просто не могут избежать, и на рынке, как и в жизни, всегда выигрывают лишь сильнейшие. Так, если предприятие не имеет возможности и способностей «бороться» с кризисной ситуацией, оно просто исчезает, но в противном случае предприятие может использовать все свои сильные стороны и пережить кризис. На рисунке 1 представлена антикризисная процедура банкротства [4].

Рисунок 1 – Антикризисная процедура банкротства

Банкротство является следствием разбалансированности хозяйственного механизма воспроизводства капитала предприятия, результатом его неэффективной ценовой, инвестиционной и финансовой политики. В качестве основных причин возникновения состояния банкротства можно привести причины представленные на рисунке 2.

Предсказание банкротства как самостоятельная проблема возникла в капиталистических странах (в первую очередь, в США) сразу после окончания второй мировой войны. Этому способствовал рост числа банкротств, в связи с резким сокращением военных заказов, неравномерность развития фирм, процветание одних и разорение других. Естественно, возникла проблема возможности априорного определения условий, ведущих фирму к банкротству [5] .

1. Эвристические методы (качественные) предполагают, что при разработке прогноза доминируют интуиция, прежний опыт, творчество и воображение, т.е. субъективные начала. К этой группе методов относятся различные методы экспертных оценок. Эвристические методы образуют так называемый качественный подход к прогнозированию банкротства. Суть качественного подхода заключается в изучении экспертом отдельных характеристик, присущих бизнесу, развивающемуся по направлению к банкротству и сравнении их с соответствующими признаками анализируемого предприятия. Если для данного предприятия характерно наличие таких признаков, то делается субъективное экспертное заключение о высокой вероятности банкротства.

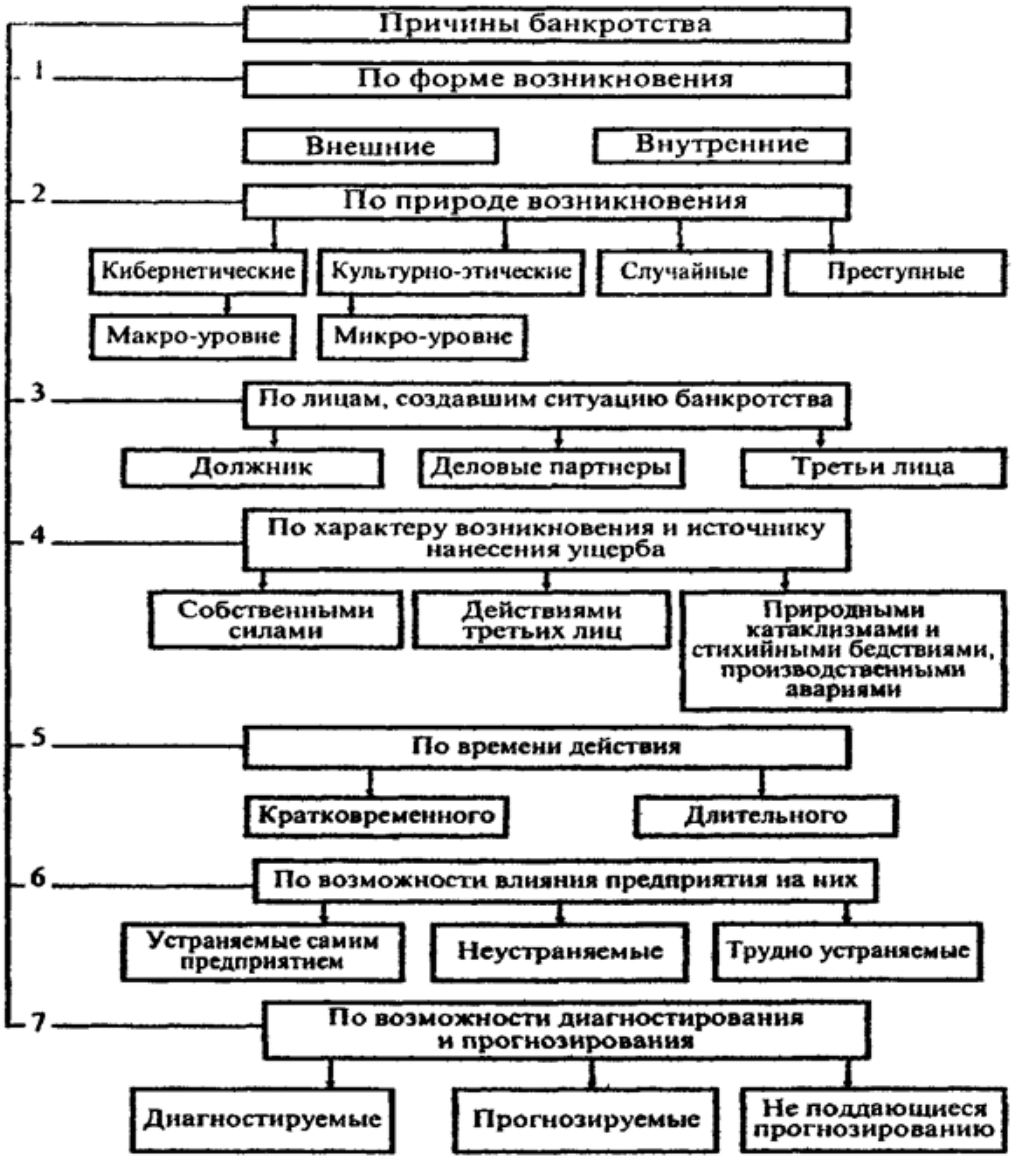

Рисунок 2 – Причины возникновения банкротства

Выделяют две группы методов прогнозирования:

2. Экономико-математические методы (количественные), которые предусматривают использование для формирования прогноза, полученных на основе анализа, статистических данных, предикативных моделей, т. е. объективных начал. К данной группе относят: методы экстраполяции трендов, методы регрессионного анализа, методы экономико-математического программирования и др. Экономико-математические методы составляют так называемый количественный подход к прогнозированию банкротства. Его суть заключается в определении нормативных (пороговых, критических) значений аналитических показателей или их комбинации, характеризующих финансовое состояние предприятия как благополучное. Выход фактических значений показателей за нормативные рамки означает повышение вероятности банкротства [6] .

Управление кризисными ситуациями предприятия представлено на рисунке 3.

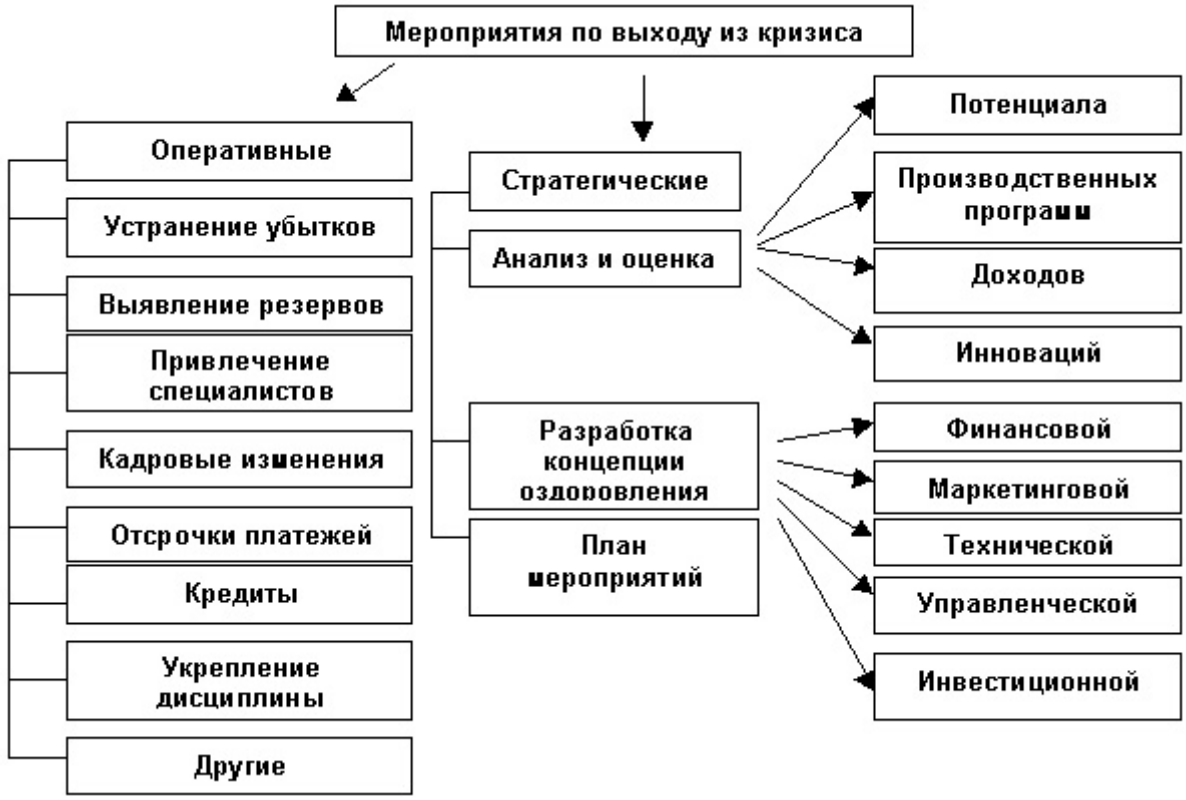

Рисунок 3 – Управление кризисными ситуациями предприятия

Известны два основных подхода к предсказанию банкротства. Первый базируется на финансовых данных и включает оперирование некоторыми коэффициентами: приобретающим все большую известность Z-коэффициентом Альтмана (США), коэффициентом Таффлера, (Великобритания), коэффициентом Бивера, и другими, а также умение «читать баланс». Второй исходит из данных по обанкротившимся компаниям и сравнивает их с соответствующими данными исследуемой компании.

Среди качественных методик уделяется наибольшее внимание рассмотрению моделей Э. Альтмана. Этот метод был предложен в 1968 г.

Первая модель – двухфакторная – отличается простотой и возможностью ее применения в условиях ограниченного объема информации о предприятии. Но данная модель не обеспечивает высокую точность прогнозирования банкротства, так как учитывает влияние на финансовое состояние предприятия коэффициента покрытия. В связи с этим велика ошибка прогноза. Так, двухфакторная модель была разработана Э. Альтманом на основе анализа финансового состояния 19 предприятий США, пятифакторная модель банкротства была построена им на основе изучения данных 66 фирм, половина из которых обанкротилась в 1946-1965 гг., что также несет в себе ошибки экстраполяции процессов, актуальных для 40-60-х гг., на современную действительность. В связи с этим они не соответствуют современной специфике экономической системы. Именно поэтому, одной из первых и простейших моделей прогнозирования вероятности банкротства считается двухфакторная модель Э. Альтмана. Индекс Z построен с помощью анализа и позволяет в первом приближении разделить хозяйствующие субъекты на потенциальных банкротов и финансово устойчивые компании [7] .

В модели учитываемым фактором риска является возможность необеспечения заемных средств собственными в будущем периоде. Данная модель основывается на двух ключевых показателях – коэффициенте текущей ликвидности и коэффициенте финансовой зависимости (доли заемных средств), от которых, по мнению Э. Альтмана и достаточно большого числа специалистов, зависит вероятность банкротства предприятия. Эти показатели умножаются на весовые значения коэффициентов, найденные эм-

пирическим путем и характеризующие значимость каждого из этих факторов, а затем результаты складываются с некой постоянной величиной, также полученной тем же (опытно-статистическим) способом.

Следующая модель Альтмана – пятифакторная. Впоследствии Альтман усложнил свою Z-модель, привязав ее к уровню рентабельности проданной продукции и доведя количество относительных показателей до пяти. Таким образом, индекс Альтмана стал представлять собой функцию от некоторых показателей, характеризующих экономический потенциал предприятия и результаты его работы за истекший период. Несмотря на то, что Z-модель Альтмана относится к числу наиболее распространенных и рекомендуемых к использованию, она имеет целый ряд серьезных недостатков [7] .

При построении своего пятифакторного индекса Альтман обследовал 66 предприятий, половина которых обанкротилась в период между 1946 и 1965 гг., а половина работала успешно, и исследовал 22 аналитических коэффициента, которые могли быть полезны для прогнозирования возможного банкротства.

Из этих показателей он отобрал пять наиболее значимых и построил многофакторное регрессионное уравнение. На практике предпринимаются многочисленные попытки использовать Z-счет Э. Альтмана для оценки платежеспособности и диагностики банкротства предприятия.

Однако различия в выборе факторов, оказывающих влияние на финансовое положение предприятия могут исказить объективность оценки.

Но многие экономисты также считают, что применение прочих коэффициентов в данной модели представляет большую проблему для российских предприятий. Таким образом, различия в специфике экономической ситуации и в организации бизнеса между Россией и развитыми рыночными экономиками оказывают влияние и на сам набор финансовых показателей, используемых в моделях зарубежных авторов.

Помимо формулы Э. Альтмана применяются другие методы анализа финансового состояния и рейтинговой оценки предприятий. В частности, известный финансовый аналитик У. Бивер предложил систему показателей для оценки финансового состояния предприятия в целях диагностики банкротства

Модель позволяет оценить финансовое состояние компании с точки зрения ее возможного будущего банкротства и содержащую следующие индикаторы:

– рентабельность активов;

– удельный вес заёмных средств в пассивах;

– коэффициент текущей ликвидности;

– доля чистого оборотного капитала в активах;

– коэффициент Бивера (отношение суммы чистой прибыли и амортизации к заёмным средствам). Весовые коэффициенты для индикаторов в модели У. Бивера не предусмотрены и итоговый коэффициент вероятности банкротства не рассчитывается.

Полученные значения данных показателей сравниваются с их нормативными значениями для трёх состояний фирмы, рассчитанными У. Бивером: для благополучных компаний, для компаний, обанкротившихся в течение года, и для фирм, ставших банкротами в течение пяти лет. Весовые коэффициенты для индикаторов в модели У. Бивера не предусмотрены и итоговый коэффициент вероятности банкротства не рассчитывается.

Преимуществами такой модели являются использование показателя рентабельности активов и вынесение суждения о сроках наступления банкротства компании. Из недостатков модели Бивера стоит отметить: [9]

– отсутствие результирующего показателя;

– сложность интерпретации итогового значения;

– использование устаревших данных.

В заключение следует отметить следующее: неудовлетворительность структуры баланса не означает признания компании банкротом. Но это должно стать сигналом

пристального внимания и контроля за финансовым состоянием предприятия, принятия мер по предупреждению риска банкротства. В качестве возможных корректирующих мер в такой ситуации для эффективного выхода из кризисного состояния и ликвидации нежелательных последствий, могут быть: снижение дебиторской задолженности и продолжительности ее оборота; снижения просроченной задолженности в составе дебиторской задолженности; балансирование дебиторской и кредиторской задолженности. Далеко не все существующие ныне методики прогнозирования возможного банкротства предприятия заслуживают доверия исследователя. Не все из них составлены корректно, не все могут применяться в наших условиях, не все дают адекватные результаты. Одно и то же предприятие одновременно может быть признано безнадежным банкротом, устойчиво развивающимся хозяйствующим субъектом и предприятием, находящимся в предкризисном состоянии, – все определяет выбранная методика прогнозирования возможного банкротства.

Завершая анализ методик прогнозирования риска банкротства предприятий, можно сделать следующие выводы [2] .

1. Двух- и трехфакторные модели не являются достаточно точными и являются скорее индикаторами прогноза риска банкротства.

2. Зарубежные модели не полностью соответствуют специфике экономической ситуации и организации предпринимательства в России, которые отличаются в том числе системами бухгалтерского учета и налогового законодательства, что находит отражение как в наборе факторов-признаков, так и в весовых коэффициентах при них.

4. Период прогноза риска банкротства с учетом нестабильной и динамично реформируемой экономики не должен превышать одного года.

5. Методики дают возможность определить вероятность приближения стадии кризиса (банкротства), не позволяя прогнозировать наступление фазы роста и других фаз жизненного цикла предприятия.

Список литературы и источников:

1. Антикризисное управление: от банкротства - к финансовому оздоровлению. Под ред. Г.П. Иванова
2. Антикризисный менеджмент. Под ред. А.Г.Грязновой.
3. Балдин К.В. Антикризисное управление: макро и микроуровень. - М.: Дашков.2013, – 530 с.
5. Барциц В.Е., Павлюшкевич Т.В. Дефиниции налогов в трудах отечественных экономистов, экономическая природа налогов. Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2014. № 1 (61). С. 193-198
6. Барциц В.Е., Павлюшкевич Т.В.Частные теории налогов и их роль в эволюции налогообложения. Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013. № 4. С. 210-214.
7. Григорьева Е.А., Оганесян Л.Л., Фоменко Е.В.Оценка необходимости реализации проекта реструктуризации в работе промышленного предприятия и управленческие решения для его осуществления Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-2. С. 836-840.
8. Ким Е., Павлюшкевич Т.В.Налоговое планирование как важнейший элемент налогового менеджмента в организации // III Международная научно-практическая конференция «Наука в 21 веке» Академия знаний. Краснодар, 2013. С. 64-68.
10. Семеней А. Проблемы прогнозирования банкротства на отечественных предприятиях
11.Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л. Проблемы формирования конкурентоспособного туристского рынка. Вестник Академии знаний. 2014. № 2 (9). С. 61-67.

В.В. ЛОБАЗОВА
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»
А.А. АДАМЕНКО
канд. экон. наук, доцент кафедры теории бухгалтерского учета
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет»

ПОВЫШЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЯДА ДРУГИХ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Аннотация. В статье рассмотрены и проанализированы аспекты налогообложения имущества и доходов населения Российской Федерации и ряда других зарубежных

стран. Выявлено, что введение налога на недвижимость в России является оптимальным способом повысить доходы региональных и местных бюджетов.

Ключевые слова: налоговая система, налог на доходы физических лиц, налоги на имущество, налог на недвижимость, консолидированный бюджет РФ.

Annotation. This article considers and analyzes aspects of the taxation of property and income of the population of the Russian Federation and several other countries. Revealed that the introduction of property tax in Russia is the best way to increase the revenues of regional and local budgets.

Keywords: The tax system, the tax on personal income, property taxes, the consolidated budget of the Russian Federation.

Наиболее важным элементом налоговой политики любого государства является налогообложение доходов населения, так как именно объем свободных наличных денежных средств определяет уровень платежеспособного спроса и количество представленных на рынке товаров и услуг. Собственно, именно поэтому грамотное и справедливое налогообложение доходов, имущества граждан является одним из центральных аспектов налоговой системы [2].

Налогообложение имущества, в отличие от подоходных налогов в большинстве стран мира, происходит напрямую в региональные или местные бюджеты. В налоговой системе РФ в настоящее время используется два налога на имущество: региональные – для организаций и местные – для физических лиц.

Независимо от того, что ставки в настоящее время предельно высоки – до 2% по налогу на имущество физических лиц и 2,2% по налогу на имущество организаций – в бюджет поступает сравнительно незначительная сумма. Особенно это заметно по налогу на имущество физических лиц, который до сих пор регулируется законом от 09.12.1991 № 2003-1 «О налогах на имущество физических лиц». Налоговой базой для его расчета является суммарная инвентаризационная стоимость объекта. С 2013 года эта стоимость корректируется на коэффициент – дефлятор [1]. Вместе с тем такая стоимость зачастую существенно ниже реальной рыночной стоимостью имущества. Например, в городе Москва, по данным цен на недвижимость и квартиры, динамике московского рынка недвижимости, рыночная стоимость имущества с 1999 года выросла почти в пять раз.

За рубежом имущественные налоги играют большую роль в формировании местных бюджетов. Так например, по данным TaxFoundation за 2004-2009 гг., в США ставка propertytax по штатам варьировалась в пределах от 0,18% до 1,89% при средней ставке по стране в 1,04%. Казалось бы, относительная величина налога небольшая. Но из-за того, что в расчетах используется реальная стоимость имущества (переоценка которой производится на регулярной основе), фактическая величина налога существенна и составляет 0,45-7,45% от годового дохода владельцев имущества [5]. В соответствии с тем же источником в расчете на душу населения в 2010 фискальном году по штатам было уплачено: от 539 долл. в Алабаме, до 2 819 долл. в Нью-Джерси. В целом по данной стране было уплачено в Вашингтоне (округ Колумбия) – 3 106 долл. [4].

В Российской Федерации в настоящий момент доля налогов на имущество в структуре доходов консолидированного бюджета незначительна и составляет 3-4%. Причем, эта доля из года в год неуклонно снижается, что связано, главным образом, с несовершенством текущей системы оценки стоимости имущества и невысоким уровнем налоговых ставок. Логично, что для развития экономики России необходимо в том числе и реформирование имущественного налогообложения, что и объясняет повышенный интерес органов власти к данному вопросу. Вместе с тем, рассматривать данную проблему нельзя в отрыве от других налогов, взимаемых в РФ.

Суть в том, что в большинстве развитых стран основная часть доходов консолидированных бюджетов формируется за счет налогов с физических лиц, а не организа-

ций. И существенное значение при этом, прежде всего, имеет индивидуальный подоходный налог. Ставки данного налога за рубежом достигают 40-45%. И при его взимании всегда используется прогрессивная шкала налогообложения, которая подразумевает, что тот, кто получает высокие доходы, платит, соответственно, такие же высокие налоги. Лица же с минимальными доходами или получают соответствующие льготы, или вообще финансовую поддержку от государства. Тем самым реализуется принцип справедливости налогообложения, сформулированный еще Адамом Смитом.

В России, в это же время, прогрессивная шкала подоходного налога показала свою неэффективность и была отменена еще в 2001 году с одновременным введением плоской шкалы налогообложения по ставке 13% [1].

Естественно, в таких условиях НДФЛ в структуре доходов бюджета занимает всего около 9-12%, причем за последние годы наблюдается тенденция к его снижению, чему также способствовала отмена в 2010 году единого социального налога [1].

Если налоговая система страны в области налогообложения доходов граждан не сбалансирована, а население чувствует несправедливость распределения налоговой нагрузки между различными слоями общества, возникает стремление к поиску различных способов уклонения от уплаты налогов. В результате складывается ситуация, при которой в минимизации налоговых платежей становятся заинтересованными как работники организации, так и предприниматели и компании. Формируется симбиоз, при котором две различные по своим интересам группы сходятся в стремлении к снижению налоговых платежей. Если одни хотят минимизировать платежи по НДФЛ, то другие больше заинтересованы в сокращении платежей во внебюджетные фонды [6].

Налоги должны быть основным источником доходов государства. Вместе с тем, как показывает практика, в нашей стране значительную часть доходов составляют налоги от добычи природных ресурсов и от соответствующей внешнеэкономической деятельности. Мировые цены на полезные ископаемые подвержены серьезным колебаниям, и сырьевая экономика становится зависимой от внешних факторов [3].

При этом, каким бы не было сильным желание законодателей увеличить подоходное налогообложение, реальность такова, что в РФ осуществить это невозможно по следующим причинам:

- относительно невысокий уровень доходов населения;
- нежелание населения уплачивать налоги по социальным, экономическим, политическим или каким-либо иным причинам;
- отсутствие жестких мер ответственности по отношению к лицам, уклоняющихся от уплаты налогов [3].

Немаловажной проблемой является и материальная заинтересованность работодателя в занижении реального уровня оплаты труда, так как, несмотря на то, что НДФЛ удерживается из дохода работника, на сам доход начисляются платежи в пенсионный, медицинский и социальные фонды. Тем самым существенно увеличиваются фактические расходы на оплату труда в организации.

Как показывает статистика, отмена в 2010 году единого социального налога и разделение платежей в фонды с одновременным увеличением суммарной ставки с 26% до 34% не дали ожидаемого эффекта. Более того, с 2012 года пришлось понизить суммарную ставку до 30%. Темпы прироста доходов бюджетов социальных фондов неуклонно снижаются, что свидетельствует о том, что все больше организаций уходит в тень [5].

На этом фоне увеличение ставки НДФЛ приведет к тотальному применению коммерческими организациями различных зарплатных схем, единственной целью которых будет занижение налоговой базы. И, самое главное, материальная заинтересованность в таких схемах работников существенно вырастет. В результате государство начнет недополучать платежи не только по НДФЛ, но и по социальным взносам.

В СМИ отмечается, что по данным бюджетной статистики на конец первой половины 2014 года, дефицитными являются бюджеты более чем 30 субъектов РФ, еще примерно столько же регионов балансируют на грани дефицита. Все серьезные экономические прогнозы исходят из негативного варианта развития российской экономики во втором полугодии».

В настоящее время в Правительстве РФ активно обсуждаются различные варианты повышения доходов региональных бюджетов. Чаще всего при этом упоминаются следующие действия:

1. Введение в 2015 году «регионального» налога с продаж в размере 3%;
2. Увеличение ставки НДС с 18% до 20% к 2018 году;
3. Увеличение ставки НДФЛ с 13% до 15% к 2018 году.

Введение налога с продаж, как предлагает Минфин РФ, принесет региональным бюджетам 195 млрд. руб. в 2015 г., 211 млрд руб. в 2016 году и 230 млрд руб. в 2017 году.

Но введение данного налога может не дать желаемого эффекта в силу следующих основных причин:

1. увеличение расходов, связанных со сбором налога и контролем полноты, правильности, своевременности его исчисления и уплаты;
2. увеличение количества недобросовестных налогоплательщиков и, как следствие, снижение поступлений по другим налогам (НДС, налогу на прибыль)
3. увеличение налогового бремени конечных потребителей и снижения покупательской способности одновременно с ростом социальной напряженности [3].

Следовательно, с одной стороны, проблему наполнения бюджета нужно решать, а с другой стороны, с учетомсложившейся политической напряженности в стране делать это нужно максимально справедливо. И налог на недвижимость в связи с этим, является оптимальным способом повысить доходы бюджетов. Связано это прежде всего с тем, что в стране сформировалась группа населения, которая фактически живет за счет доходов, получаемых от сдачи имущества в аренду. Вместе с тем, как показывает статистика, эти доходы в большинстве случаев укрываются и, естественно, налогом на доходы не облагаются.

В соответствии с подп.1 п. 1 ст. 228 и ст. 229 Налогового кодекса РФ налогоплательщик обязан самостоятельно сообщить налоговым органам посредством подачи налоговой декларации о тех доходах, при получении которых у него не был удержан НДФЛ налоговым агентом. Штраф за несоблюдение данного требования составляет в соответствии со ст. 126 НК РФ всего лишь 200 руб. при этом в силу того, что арендаторы всегда заинтересованы в том, чтобы арендная плата была минимальной, контролировать несоблюдение данных положений на практике нереально и нецелесообразно. Налогово инспектора к каждому налогоплательщику не приставишь [1].

Данную проблему попытались переложить на участковых уполномоченных полиции, которые чаще всего имеют дело с жалобами жильцов на проживающих рядом соседей, что абсолютно неэффективно, если арендаторы не нарушают общественный порядок.

Была также попытка в некотором смысле напугать налогоплательщиков, владеющих несколькими объектами недвижимости, посредством рассылки соответствующих уведомлений от налоговых органов с требованием задекларировать свои неучтенные доходы. Но на практике в соответствии с п. 6 ст. 108 НК РФ бремя доказывания вины налогоплательщика целиком и полностью лежит на налоговых органах, поэтому такие письма в большинстве случаев были налогоплательщиками проигнорированы [1].

Исходя из выше сказанного, существенное повышение налогов на имущество является абсолютно логичным и целесообразным. Имущественные налоги составили в 2009-2013 гг., около 7-9% доходов региональных бюджетов (900 млрд. руб. в 2013 г.). Таким образом, чтобы добиться получения дополнительных 195 млрд. руб. в 2015 г.

(которые планируются Минфином России по налогу с продаж), нужно увеличить поступления по имущественным налогам относительно 2013 г. всего 21,7%. На практике же поступления должны быть существенно выше. Как уже отмечалось, рыночная стоимость имущества, например в Москве, с 1999 г. выросла в пять раз. Существует ряд других преимуществ, позволяющих предполагать, что собираемость будет выше, чем по налогу с продаж:

1) несколькими объектами недвижимости владеют представители обеспеченных слоев населения, а, значит, на них и ляжет основная тяжесть налогового бремени, что соответствует принципу справедливости налогообложения;

2) поскольку имущественные налоги во всех странах мира находятся на местном или региональном уровне, автоматически будет решаться социальная проблема перераспределения доходов по регионам. Сейчас существенная часть доходов федерального бюджета перенаправляется из доходных в дотационные регионы;

3) налоговую базу по данному налогу намного проще контролировать. Недвижимость, в отличие от доходов, практически невозможно скрыть. Более того, собственник имущества заинтересован в регистрации прав на свое имущество.

Проблему неуплаты налога возможно решить посредством ареста имущества с его последующей продажей в целях погашения задолженности. Если еще добавить уголовную ответственность за неуплату налога, как это принято в развитых зарубежных странах, то количество желающих уклониться от налогообложения, а затем оказаться в тюрьме будет стремиться к нулю.

Список литературы и источников:

1. Налоговый кодекс РФ – 2015 г .
2. Адаменко А.А. Научное развитие зарубежной методики учёта / А.А. Адаменко, А.С. Ткаченко // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2013. – № 3. – С. 297-303.
3. Гираев В.К. Региональная налоговая политика в контексте стимулирования инвестиций // Налоги и налогообложение. 2014. № 3. С. 64-72.
4. Голова И. По второму заходу // Российская Бизнес-газета. 2014. № 961. С. 11.
5. Ефремов Т. А. Налоговое администрирование в России: предпосылки становления и особенности функционирования // Финансовое право и управление. 2013. №2. С. 1-23.
6.Казьмин А.Г., Улезько О.В., Оробинская И.В. Оценка подоходного налогообложения в России и зарубежных странах // Финансы и кредит. 2013. № 13. С. 156-211.
7. Сигидов Ю.И. Предпосылки внедрения управленческого учета в учетную практику сельскохозяйственных организаций / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 6. – С. 31-38.
8. Сигидов Ю.И. Учетная политика сельскохозяйственных организаций для целей управленческого учета / Ю.И. Сигидов, А.А. Адаменко // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2009. – № 1. – С. 18-23.
9. Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития / Адаменко А.А., Алексеева О.А., Алиева А.В., Асканова О.В., Григорьева Т.В., Громов Е.И., Даминева Р.М., Ильин Н.И., Ильинова С.В., Иремадзе Е.О., Картаузов А.А., Катунин В.А., Клочко А.В., Костырев А.П., Котляров С.Е., Кулиш Н.В., Мариненко А.А., Медведева В.Н., Милаевская С.С., Орлова Н.В. и др. – Воронеж, 2009. – Том 18.

Р.И. СМАГУЛОВА
канд. экон.наук, доцент
Инновационный Евразийский университет, г. Павлодар, Казахстан

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РИСКОМ ФИНАНСОВЫХ ПОТЕРЬ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация.Статья посвящена разработке отдельных организационных подходов к минимизации риска финансовых потерь промышленных предприятий. Особое внимание уделено систематизации мероприятий по управлению риском финансовых потерь по направлениям деятельности для промышленных предприятий.

Ключевые слова: Риск финансовых потерь, управление риском финансовых потерь, минимизация рисков финансовых потерь.

Annotation. The article is devoted to development of separate organizational approaches to minimization of risk of financial losses of the industrial enterprises. The special attention is paid to systematization of actions for management of risk of financial losses on activities for the industrial enterprises.

Keywords:risk of financial losses, management of risk of financial losses, minimization of risks of financial losses.

Управление рисками или рисковый менеджмент ставит своей целью активный контроль со стороны руководства предприятия за рисками, угрожающими его успешной деятельности. Это позволяет свести к минимуму потери от воздействия различных рисков, уберечься или, по крайней мере, снизить вероятность наступления катастрофических убытков и повысить степень выживаемости промышленных предприятий [1].

Риск финансовых потерь может отражать опасность потенциально возможной вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов в данном виде деятельности предприятия. Иначе говоря, риск финансовых потерь означает угрозу того, что предприятие понесет потери в виде дополнительных расходов сверх предусмотренных прогнозом, программой его действий, либо получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

Промышленные предприятия Павлодарской области имеют значительный удельный вес в структуре валового продукта Казахстана. От бесперебойной и эффективной их работы зависит степень удовлетворения общественных потребностей товарами и услугами. Однако производственная деятельность вследствие различных факторов может быть нарушена и даже прекращена. Например, в результате непредвиденного крупного материального ущерба (пожара на заводе) приостанавливается производственный процесс. Остановка производства на длительное время и задержка выполнения заказов приводят к тому, что контрагенты предприятия обращаются к конкурентам, чтобы сохранить свою деятельность. А это неизбежно приведет предприятие к финансовым проблемам вплоть до прекращения его существования. Для того чтобы предотвратить такое развитие событий, предприятие должно управлять своими рисками [2].

На основе изучения практики минимизации рисков финансовых потерь на предприятиях Павлодарской области и основных направлений совершенствования этого процесса проведена систематизация мероприятий по направлениям деятельности. Обобщение этого материала представлено в таблице 1. Она может выполнять роль справочника-схематической модели основ управления рисками финансовых потерь и может быть использована в качестве рекомендации дляриск-менеджера на начальных этапах становления рисковой политики на предприятии. В процессе развития функций риск-менеджмента может быть расширена и дополнена новыми приемами и методами

В ходе проведенного исследования нами определен большой спектр работ, предназначенных к выполнению риск-менеджерами.

Учитывая отсутствие в организационных структурах промышленных предприятий Павлодарской области звена (отдела), за которым было бы функционально закреплено осуществление процедур минимизации риска финансовых потерь, мы считаем целесообразным создать подобную службу (АО «ПНХЗ», ТОО фирма «Октябрь» и других крупных компаний), если затраты на ее финансирование окажутся ниже ожидаемого эффекта от их работы. Если же руководство предприятия создавать подобную службу не посчитает обходимым, то в должностные инструкции начальника финансового отдела должны быть вменены функции риск-менеджмента. Прежде всего служба управления рисками должна нести ответственность за разработку, координацию

и отслеживание результатов рисковой политики на предприятии. Подобная структура может быть названа отделом управления риском и страхования.

Основной задачей отдела должно быть снижение финансовых потерь, возникающих по разным причинам, другими словами на базе этого отдела должна быть создана система управления рисками финансовых потерь. Чем более развита и структурирована данная служба, тем выше результат её действия, выражающийся в снижении потерь.

Таблица 1 - Схематическая модель основ управления рисками финансовых потерь промышленного предприятия (для риск-менеджмента предприятия)

Управление рисками основной деятельности	Управление рисками в сфере обращения	Управление рисками инвестиционной деятельности	Управление рисками в сфере менеджмента
1 Страхование	**1 Страхование**	**1 Минимизация инвестиционных рисков**	**1 Стратегическое планирование деятельности**
основного производства вспомогательного обеспечивающего оборудования несчастных случаев на производстве косвенных рисков	хозяйственных договоров материальной ответственности персональное страхование косвенных рисков	перенос рисков на других участников самострахование применение спец. коммерческих операций смена объектов инвестирования	бюджетирование потока денежных средств экспертная оценка рисков claim-менеджмент валютная политика
2 Создание запасов и резервов	**2 Диверсификация**	**2 Вовлечение инвестиций в деятельность предприятия**	**2 Информационная обеспеченность процессов управления**
исходных материалов инструментального оборудования фондов денежных средств рабочей силы	структуры поставщиков и потребителей региональных и отраслевых зон хозяйствования риска по этапам реализации продукции	участие в прибыли приобретение акций организационное объединение	базы данных компьютеризация архивная информация прогнозы подключение консультационных фирм тестирование руководства по проблемам рисков
3 Диверсификация производства	**3 Уклонение от рисков**	**3 Использование риска**	**3 Мониторинг**
расширение сырьевой базы и оборудования освоение гибких технологий	отказ от ненадежных поставщиков и потребителей отказ от рискованных проектов поиск гарантов	участие в финансировании рискованных проектов создание внутреннего венчура поиск венчурных инвесторов	социально-экономической ситуации нормативно-правовой среды внешнего окружения

Продолжение таблицы 1

4 Контроль качества продукции	**4 Соблюдение контрактных условий**	**4 Диверсификация инвестиций**	**4 Моделирование**
совершенствование технологий рационализация производства	сроков и форм оплаты ассортимента услуг количество и качество товаров форс-мажорных обстоятельств		протекания кризисных процессов последствия риска действий по снижению рисков расчет эффективности мероприятий по минимизации риска финансовых потерь
5 Пересмотр с целью снижения степени риска	**5 Активизация маркетинговой деятельности**	**5 Установление инвестиционных лимитов**	**5 Повышения качества оперативного управления**
видов деятельности бюджетов графиков работ	планирование работы с альтернативными поставщиками и потребителями поиск выходов на внешние рынки эффективная реклама формирование спроса	во времени по сферам деятельности по структуре объекта инвестирования	оптимизация организационной структуры делегирование полномочий сверху вниз создание антирисковых (экспертных) групп
6 Прогнозирование	**6 Анализ**		**6 Улучшение кадровой политики**
производственных аварий поломки оборудования отключения электроэнергии материальных потерь	платежеспособности поставщиков финансового состояния обслуживающего банка риска банкротства перспектив развития		пополнение базы данных о потенциальных работниках развитие системы переподготовки кадров выработка корпоративного духа приток квалифицированной рабочей силы материальное и моральное поощрение коллектива
7 Улучшение производственных условий	**7 Правовые методы управления**		
	Лицензирование продукции услуг Патентное право Иски к нарушителям		
8 Производственная активность	**8 Подписание протоколов о намерении**		
	9 Развитие залоговых сделок		
	10 Личные контакты с контрагентами		

Кроме того перед данной службой должны быть поставлены и следующие задачи:

- организовывать управление риском в рамках предприятия в целом и по отдельным подразделениям;
- обеспечивать общую оценку уязвимых мест предприятия и управление связанными с ними рисками;
- вести подготовку, консультирование и поддержку управленческого аппарата в деле более эффективного управления риском;
- предоставлять специальные знания в сфере риска в дополнение к знаниям других экспертов, работающих в рамках предприятия;

- организовывать адекватные механизмы страхования и финансирования рисков.

Организационная структура предприятия, с одной стороны, накладывает ограничения на проведение мероприятий, а с другой – определяет качество информации, которую получает сектор управления.

Создание подобного отдела нужно для того, чтобы управлять рисками систематически, а не полагаться на случай и везение.

Задача создания адекватной системы управления риском финансовых потерь в настоящее время является очень важной для успешной деятельности предприятия. Вместе с тем изложенные подходы к проектированию системы управления позволяют сформулировать основные рекомендации по созданию системы управления на промышленных предприятиях:

- организационная структура предприятия, для которой проектируется система управления риском финансовых потерь, должна представлять собой совокупность ресурсов и коммуникаций, т.е. являться системой, реализующей заданные функции;
- необходимо определение требований к адекватному действию функциональной системы, при этом общие и частные результаты действия системы должны быть представлены в денежном выражении;
- факторы рисков, присущие системе, должны быть классифицированы и оценены;
- система управления риском финансовых потерь должна являться внутренней по отношению к функциональной системе, для которой она проектируется;
- теоретические основы построения системы управления должны быть адаптированы к соответствующей функциональной системе;
- критерии эффективности системы управления риском финансовых потерь должны иметь денежное представление.

Государственной программой индустриально–инновационного развития Казахстана и Стратегическим планом развития была поставлена вполне благородная задача стимулировать создание наукоемких, высокотехнологичных и экспортоориентированных производств, установление более эффективной связи «наука – производство - рынок», реального и финансового сектора [3]. В этой связи большую роль играет предупреждение неопределенности в будущем и минимизация рисков финансовых потерь.

Управление риском — это не просто снижение его уровня, хотя подобный результат и желателен. Более реалистичной задачей для многих промышленных предприятий является нахождение на стадии разработки концепции соответствующего баланса между выгодой от снижения уровня риска, стоимостью такого снижения и конечными доходами предприятий.Тогда становится возможным вынести объективное решение о том, как именно следует вести дела на повседневном уровне, чтобы минимизировать уровень риска финансовых потерь.

Списоклитературыиисточников:

1. John O’Connel Systematic Risk Identification // Risk, Decision and Rationality. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company, 1998.

2. Гранатуров В.М. Экономическийриск. Сущность, методы измерения, пути снижения.м.: Дело и сервис, 2010.

3. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года // www.akorda.kz/ru/category/gos_programmi_razvitiya

УПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИЕЙ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Д.Р. АЛИХАНОВА
г. Актау, Р. Казахстан
А.Р. АЛИХАНОВ
ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный технологический университет»

РАЗВИТИЕ ВОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ И СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА

Аннотация. В статье рассмотрен исторический аспект становления и развития водного туризма в России и мире с середины 19 века до наших дней, обозначены проблемы и перспективы его развития.

Ключевые слова: водный туризм, круизный туризм, яхтенный туризм, береговая инфраструктура.

Annotation. Thearticledealswiththehistorical aspect of formation and development of boating in Russia and in the world practice from the middle of the 19th century and up to now. Problems and prospects of tourism development are also considered.

Keywords: boating, cruise tourism, yacht tourism, coastal infrastructure.

Водный туризм в России считается одним из самых распространенных видов активного отдыха. Он заключается в массовых длительных водных путешествиях на туристских судах с целью отдыха, общения с природой и прохождения определённого маршрута в привлекательных природных регионах. Водный туризм сочетает в себе элементы активного отдыха и спорта. Он широко развит на крупных равнинных реках и проходимых горных реках Урала, Карелии, Алтая, Кавказа и в других районах [1].

Начало водного туризма условно можно отнести к середине XIX века, когда линейные пассажирские компании начали искать пути использования пассажирских судов в период межсезонья в линейных перевозках.

Одним из первых сообщений о специально организованных рейсах морских пассажирских судов с целью отдыха относятся к 1835 г., когда в Англии были объявлены регулярные прогулочные рейсы между северными островами Британии и Исландией. Через несколько лет авторы этой идеи основали судовладельческую компанию P&O. В 1900 г. было построено судно, которое осуществляло круизы круглый год, меняя лишь регионы. Ведущими странами крупных путешествий стали Англия, США и Германия.

Вторая мировая война остановила развитие круизного бизнеса почти на 10 лет, однако уже в начале 50-х годов было заложено большое число пассажирских судов крупного тоннажа. Появление в середине - конце 50-х годов регулярных пассажирских, в том числе и трансатлантических, авиационных линий, дешевые авиационные тарифы привели к резкому падению спроса на линейные пассажирские суда, особенно на трансатлантических маршрутах. В результате многие из них были проданы и переоборудованы в круизные. В этот период возникло несколько круизных регионов, расположенных возле развитых государств: Средиземное море, Балтика, Северная Европа, острова южной части Тихого океана (Австралия и Новая Зеландия), Аляска, Мексика, Гавайи и Карибский бассейн [3].

Развитие водного туризма на территории России началось еще с экспедиции Никитина (1422-1472 гг.), когда мореплаватели в поисках новых рынков сбыта товаров отечественного промысла отправились в так называемое «хождение за три моря» к Индийским и Африканским берегам. В этом плавании преследовались исключительно коммерческие цели, но оно дало толчок развитию судоходства в России того времени.

Начиная с шестнадцатого столетия, в практику вошли познавательные речные и морские путешествия. В этот же период состоялись так называемый амурские походы – сплав вдоль рек Лены, Олекмы, Уссури путешественника Ерофея Хабарова.

Немалый вклад в развитие водных перемещений сделал царь Петр I. Он развил кораблестроение, морские экспедиции и торговлю, и научил людей путешествовать с познавательными и развлекательными целями. Таким образом, он стал основоположником и популяризатором современного водного туризма.

В восемнадцатом столетии водный туризм стал популярен среди богатых дворян. Стало модным совершать морские путешествия в Азию, Европу и даже в Америку. Столетием позже водный туризм в Россиинесколько утратил свои позиции, а путешествия по воде осуществлялись исключительно в торговых целях.

В тридцатые годы двадцатого века базы стали строиться в Крыму, Карелии, Алтае, на Карпатах и т.д. Что интересно, инструкторами тогда выступали немецкие спортсмены. Своих кадров в стране не было. Во время войны развитие туризма приостановилось, однако уже в пятидесятых годах начали восстанавливаться разрушенные строения, обучатся свои советские инструкторы и набираться новые туристы.

В двадцатом столетии водный туризм начал активно развиваться как одна из спортивных дисциплин. Этот период в истории развития водного туризма характеризовался открытием новых маршрутов, строительством баз и созданием специализированных клубов и кружков. В советскую эпоху стали популярны такие направления водного туризма как сплавы на Кавказе, Карелии, Камчатке и других отдаленных уголках СССР [3].

В 1918 году появилась первая туристская организация под названием «Бюро школьных экскурсий». Советское правительство всерьез озаботилось здоровьем населения и начало активно строить дома отдыха, турбазы и санатории, переделанные из церквей, а также усадеб бывших помещиков.

Почти все виды водного туризма можно отнести, скорее, к спортивному туризму, за исключением каких-либо путешествий по воде, которые осуществляются с рекреационной целью (круизы). Существует множество разнообразных видов такого туризма, которые различаются между собой по сложности прохождения и по способу управления плавсредствами [5].

В водном туризме особое место занимает территориальное деление, так как в каждом регионе страны реки имеют свой неповторимый и индивидуальный характер. В России выделяется 9 регионов, в которых развивается этот вид туризма (Карелия, Поволжье, Кавказ, Урал, Алтай, Саяны, Прибайкалье и Забайкалье, Якутия и Енисейский север, Дальний Восток). Но наибольшее развитие он получил в 3-х регионах, таких как Карелия, Алтай, Кавказ.

Реки Карелии можно охарактеризовать, как умеренно спокойные, большинство из которых имеют 2-3 категорию сложности, но есть и реки с порогами 4-5 категории. Характерная черта карельских рек – частое чередование речных участков с озерными. Наиболее известными и характерными реками региона являются Охта, Чирка-Кемь, Суна, Писта и Беломорская Шуя.

Алтай имеет богатые возможности для развития водного туризма. Разнообразные формы рельефа, густая речная сеть и относительно доступные подъезды к ней, позволяют проводить сплавы любой категории сложности. Здесь сосредоточено большинство рек высшей категории сложности. Наиболее посещаемыми реками являются Бия, Катунь, Чуя, Чулышман, Шавла [2].

Реки Кавказа характеризуются сложными порогами и опасными каньонами. Скорость течения высока. Характерными представителями кавказских рек можно назвать Кубань, Белую, Б. Лабу, Б.Зеленчук, Терек. На всех этих реках есть множество препятствий различной категории сложности от второй и до самой высокой – шестой. Здесь распространены различные виды спорта – каякинг (это вид экстремального спор-

та, представляет собой сплав по бурной реке на одноместном судне, который называется каяком), рафтинг (спортивный сплав по горным рекам и искусственным гребным каналам на 6-, 4- и 2-местных надувных судах (рафтах)). Соответственно используются различные средства сплава – рафт, карабубер, каяк, байдарка и другие [4].

Есть много маршрутов, начинающихся на притоках Дона, в частности, по Красивой Мече, проходящий через Тульскую и Липецкую области, по реке Воронеж, проходящий через Тамбовскую, Липецкую и Воронежскую области.

По рекам Волгоградской и Астраханской областей также проложено множество маршрутов, очень интересных для туристов, например, по реке Медведице, Ахтубе, по Волге и ее дельте.

Самым благоприятным районом для развития водного туризма является Карелия, так как она обладает богатыми речными и озерными ресурсами и на её территории имеется довольно большое количество турбаз. А наиболее перспективным районом является Кавказ, но из-за слабо развитой инфраструктуры (неудобные подъезды к маршрутам, недостаточное количество турбаз) и нестабильной политической ситуации, регион не в полной мере использует водные ресурсы для развития данного вида туризма [6].

Довольно востребованным сейчас становится водный туризм на моторных катерах или круизных лайнерах по великим русским рекам, когда кроме окружающих красот, можно посетить и древние города, познакомиться с их историей и достопримечательностями.

Сегодня в мире морские круизы переживают период подъема. Растет круизный флот, совершенствуются конструкции пассажирских судов, повышается их комфортабельность, разрабатываются новые морские и океанские маршруты.

В РФ зарегистрировано около 1500 пассажирских судов, из которых 144 круизных со средним возрастом примерно 45 лет. Из сложившейся ситуации может быть несколько выходов. Бизнес в качестве одного из них видит введение судового утилизационного гранта, когда судовладельцу, сдавшему старое пассажирское судно в утиль, будет выделяться грант равный 10% от стоимости нового судна при условии строительства его на отечественных верфях. Эта мера поможет повысить безопасность судоходства за счет стимуляции утилизации старых судов, а не перепродажи их за минимальные деньги, и обновления флота.

На сегодняшний день очень перспективным направлением является яхтенный туризм, и сейчас необходимо многое сделать для того, чтобы он приносил реальные доходы в бюджеты субъектов РФ. Тем более, что он востребован как российскими, так и иностранными туристами. Однако для того, чтобы яхтинг развивался в России не только как спорт, но и как полноценная коммерческая отрасль, необходимо создать условия для развития яхтенного чартера – разрешить коммерческое использование маломерного судна, которое сейчас практически невозможно. Участники рынка сходятся во мнении, что только эта мера позволит дать толчок развития яхтенного туризма в России.

Ключевыми проблемами развития водного туризма являются:

– неблагоприятное состояние береговой инфраструктуры;
– нехватка яхтенных портов;
– нехватка баз-стоянок маломерного флота и сезонных стоянок;
– изношенность большинства судов;
– наличие участков на внутренних водных путях, где проход судов круизного класса затруднен;
– рост цен на топливо и т.д.

При этом расходы судоходных компаний от предоставления услуг по перевозке пассажиров зачастую превышают их доходы.

За последние 10 лет возросли цены на туристское снаряжение, средства передвижения самих туристов, а также услуги транспорта – все это в первую очередь повлияло на поток спортивного туризма, даже в такие известные, традиционные районы как Карелия, Урал, Алтай, Саяны, Байкал и др. Происходит вытеснение социальных и самодеятельных основ спортивного туризма коммерческими технологиями, что заметно влияет на внутренний дух движения.

Важнейшими условиями для развития водного туризма являются:

−совершенствование графика движения пассажирских судов и продолжительности стоянок;

−обеспечение внутренних водных путей современными навигационно-картографическими системами;

−развитие объектов инфраструктуры причальных территорий (строительство кафе, сувенирных салонов, озеленение и прочее);

−выработка мер по улучшению экологической обстановки в портовых городах;

−организация туров выходного дня и разработка новых туристских маршрутов с использованием малых судов;

−содействие развитию яхтенного туризма и организация яхтенных фестивалей, как одного из видов событийного туризма;

−проведение рекламно-информационных туров для российских и зарубежных туроператоров по водному туризму.

Для успешного развития водного туризма в России необходимо выработать последовательную и согласованную политику всех ведомств, участвующих в регулировании этих видов деятельности. Необходима разработка единой комплексной государственной программы по развитию пассажирского круизного флота, судоходных путей и береговой инфраструктуры, где должен быть прописан четкий механизм инвестирования в отрасль. Для организации и развития водного туризма на внутренних водных путях Российской Федерации, в первую очередь, необходима государственная поддержка через строительство и дотационную эксплуатацию городских причалов, стимулирующая предпринимателей и частных инвесторов развивать указанное направление.

За последнее десятилетие интерес к этому виду туризма возрос и продолжает расти. Создается множество турбаз и разрабатывается большое количество новых маршрутов.

Список литературы и источников:

1. Журнал о водном туризме. [Электронный ресурс]: URL: http://www.vodyanoy.net
2. Информационный сайт для туристов-водников. [Электронный ресурс]: URL: http://www.tourism.vistcom.ru
3. Устенова О.Ж. Основы организации туристской и гостиничной деятельности: учебное пособие / О. Ж. Устенова. - Алматы: РУИЦ, 2010.
4. Клуб хронических водников. [Электронный ресурс]: URL: http://www.veslo.ru
5. Плис В.В. География водного туризма в России // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 3 [Электронный ресурс]. URL: http://web.snauka.ru/issues/2012/03/10339
6. Сайт для активных туристов. [Электронный ресурс]: URL: http://www.izkult-ura.ru

В.А. ВАСИЛИЦКАЯ
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
О.В. БЕЛИЦКАЯ
канд. экон. наук, зав. кафедрой экономики
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Аннотация.В данной статье рассматриваются и выявляются особенности и тенденции развития системы управления человеческими ресурсами в гостиничной индустрии.

Ключевые слова: гостиница, персонал, управление, обучение, сервис, текучесть персонала, эффективность.

Annotation. Thearticledeals with the features and tendencies of development of a control system of human resources in the hotel industry.

Keywords: hotel, personnel, management, training, service, fluidity of the personnel, efficiency.

Гостиничныйбизнес–однаизнаиболее быстро развивающихся отраслей, на которую приходится около 6% мирового валового национального продукта и около 5% всех налоговых поступлений. В среднем, для обслуживания каждых 10 туристов, проживающих в гостинице, необходимо, около трех рабочих мест непосредственно, и два рабочих места, косвенно связанных с обслуживанием.

Общеизвестно, что популярность гостиницы зависит не только от ее географического положения и внутреннего устройства, но и от квалификации персонала. Без квалифицированного обслуживающего персонала гостиница не сможет приносить прибыль, даже если она находится в самом живописном месте мира. Гость останется недовольным, если его расположить в самом лучшем номере, но при этом плохо обслуживать. Поэтому выражение «Кадры решают все», несомненно, относится к гостиничному бизнесу.

Гостиница состоит из множества подразделений, которые обслуживают гостя. Каждая гостиница предъявляет свои требования к обслуживающему персоналу и разрабатывает собственную систему обучения. Управление гостиницей должно быть простым и гибким, но при этом поддерживать конкурентоспособность на рынке. Лучше всего, если система управления гостиницей представляет собой небольшие подразделения, состоящие из квалифицированных специалистов. В гостиницах существуют определенные стандарты поведения для персонала: дресс-код, ведение переговоров, разрешение конфликтных ситуаций. Сотрудники гостиницы не должны быть вызывающе одеты, иметь броские украшения, использовать яркую косметику. Некоторые гостиницы заставляют персонал менять форменную одежду по несколько раз в день, чтобы они постоянно выглядели опрятно. Каждая должность имеет свои особенности и трудности. Так, за стойку, расположенную недалеко от входа, стараются брать привлекательных женщин или молодых мужчин, так как они являются лицом гостиницы.

От качества предоставляемых услуг напрямую зависит репутация гостиницы, которая является гарантией конкурентоспособности. В гостинице должна быть идеальная чистота, но при этом клиенты не должны видеть персонал, занимающийся наведением порядка. Чтобы гостиница продуктивно функционировала, ее персонал должен постоянно трудиться, создавая уют и удобства для своих гостей. У постояльцев останется положительное впечатление о гостинице только в том случае, если весь персонал будет радушным и доброжелательным к нему. Поэтому сотрудники для работы в гостиницы должны проходить достаточно жесткий отбор. Также персонал всех категорий

гостиниц должен проходить периодическое медицинское освидетельствование. Численность персонала в гостиницах зависит от размеров гостиничного комплекса и объемов обслуживания.

Разработка индивидуальной стратегии управления в любом отеле – это не дань моде, а острая необходимость. Если в гостинице нет стандартов обслуживания и работы каждого сотрудника, она никогда не станет успешной, где бы она ни находилась и какие бы цены ни предлагала. Так, четко проработанная стратегия работы:

- поможет выявить сотрудников, которые действительно заинтересованы в гостиничном бизнесе, и тех, кто не проявляет неподдельного интереса к нему и не желает помогать гостям;
- создать атмосферу гостеприимства в отеле, выработав у гостей ощущение уюта, комфорта и безопасности;
- привлечь не только новых гостей, но и постоянных клиентов;
- повысить качество работы в отеле и упростить контроль над ним.

Управление гостиничным бизнесом во многом зависит от типа отеля. Так, если гостиница – это лишь часть крупной сети, то ее руководству достаточно будет просто перенять стандарты, установленные управляющей компанией. Она же будет контролировать работу и во многом нести за нее ответственность перед постояльцами. Если же гостиница независима, то ей придется искать свою стратегию, и лучше всего создать достаточно гибкий вариант, прописанный в типовом договоре, который будет предлагаться всем новым сотрудникам.

Для того чтобы гостиница оставалась конкурентоспособной, все ее сотрудники без исключения должны постоянно заниматься повышением квалификации. Повышению квалификации руководителей высшего звена уделяется больше всего внимания. Топ-менеджеры стараются пройти практику в ведущих пятизвездочных отелях и известных ресторанах за рубежом.

Корпоративные тренинги в гостиницах сейчас уже стали неотъемлемой частью работы всех сотрудников. Их цель – изучить этикет, стандарты обслуживания, получить навыки общения с клиентами. Обычно тренинг проводят руководители отделов, но нередки случаи, когда для этого приглашается специалист из-за рубежа.

В российских гостиницах от горничных и швейцаров не требуется знания иностранных языков, хотя знание разговорного минимума приветствуется. В высококлассных гостиницах имеются преподаватели английского языка, которые занимаются со всеми категориями сотрудников, обучая персонал необходимому в работе набору фраз. Самым активным и перспективным сотрудникам может быть предоставлена возможность пройти переподготовку или повышение квалификации в специализированных учебных заведениях. В гостиницах стало модным проводить тренинги с психологами, которые помогают персоналу научиться уходить от конфликтов, «держать улыбку» на протяжении всего рабочего дня. Это связано с тем, что наиболее частая претензия клиентов в гостиницах высокого ранга – неулыбчивый персонал.

Не стоит забывать и о проблемах в управлении персоналом. Было установлено, что в гостиничном бизнесе, например, 45% работников покидают новую работу через три месяца после поступления на работу, а 15% – после первого месяца. Этот процесс, который часто называют кризисом введения, дорого обходится для компании и имеет воздействие на моральную атмосферу в организации, на мотивацию персонала и соответственно на удовлетворение потребностей клиентов.

Существуют и другие проблемы, связанные с развитием гостиничного хозяйства и организацией труда. Рассмотрим это проблемы на примере сравнения двух стран: России и США. Все гостиницы в России делятся на два сегмента – гостиничные сети и несетевые гостиницы. Производительность труда в гостиничных сетях (состоящих из 6 гостиниц и более) приблизительно на 50% выше, чем в несетевых гостиницах. Это связано с использованием сетями типовых форм организации труда, с экономией средств

за счет масштаба деятельности в таких областях, как продвижение торговой марки, приобретение необходимых ресурсов и профессиональное обучение персонала (благодаря большим возможностям продвижения по службе). Очень серьезной проблемой развития гостиничного хозяйства в России является нехватка квалифицированных кадров, что в частности, объясняет неэффективную организацию труда. Гостиничные сети США справляются с сезонными потребностями в рабочей силе, обращаясь к имеющемуся резерву подготовленных работников. В России подобные резервы отсутствуют, а для качественного обучения неопытного работника требуется много времени. Потери от использования неподготовленных работников очевидны. Так, квалифицированная горничная может убрать на 60 % больше номеров в день, чем неопытный стажер. В России присутствуют почти все крупные международные сети («Марриотт», «Форте», «Шератон» и «Кемпински»), однако их деятельность сосредоточена в сегменте четырехзыёздочных и пятизвездочных отелей в Москве и Санкт-Петербурге.Отечественные гостиницы проигрывают в качестве обслуживания своим конкурентам, пришедшим из-за рубежа – как с Востока, так и с Запада. В настоящее время в России насчитывается около 8 тыс. гостиниц, из которых более 70 % по качеству обслуживания не подходят ни под одну из действующих категорий. Далеко не во всех городах Российской Федерации есть гостиницы, которые могут разместить людей, привыкших к повышенному комфорту. Низкая производительность труда персонала несетевых российских гостиниц объясняется падением спроса, низким уровнем доходов населения и неисполнением налоговой дисциплины, а также тем, что значительная их часть находится в государственной собственности. В России 47% номерного фонда гостиниц принадлежит муниципальным, региональным или федеральным органам власти. Еще 36% номерного фонда частично являются собственностью местных или федеральных властей, а частично – предприятий. Если в США широко распространены управленческие контракты, привязывающие вознаграждение менеджеров к рентабельности гостиниц, то в России договоры не обеспечивают для управляющих несетевых гостиниц достаточных стимулов к тому, чтобы избавиться от избыточного штата и совершенствовать организацию труда. Кроме того, некоторыми гостиницами такого рода управляют непосредственно государственные служащие, причем от них обычно требуют держать в резерве номера для официальных лиц, и, конечно, эти номера не приносят прибыли.

Также хотелось бы упомянуть о том, что управление персоналом в гостиничном бизнесе в разных странах имеет свои особенности. Например, в гостиничном бизнесе Китая существуют три системы управления человеческими ресурсами, различающиеся как по своей идеологии, так и по практическим методам кадровой работы: китайская континентальная, китайская традиционная (тайваньская) и западная. Китайская континентальная система ориентируется на ограниченное заимствование западных методов управления и на взаимодействие частных отелей с государством в части их кадровой политики (регламентация уровней зарплаты и социальной поддержки персонала, механизмов увольнений, практики профессиональной подготовки). Китайская традиционная система распространена в семейном бизнесе и использует традиционный авторитарный стиль руководства главы семьи, а также принцип организационной закрытости гостиничного предприятия (в том числе от воздействия государства и партийных органов). Западная система распространена в международных гостиничных сетях и западных гостиницах, представленных на территории страны, и ориентирована на реализацию принципов и методов традиционного западного менеджмента. В современном Китае государство поддерживает гостиницы, придерживающиеся континентальной системы управления человеческими ресурсам.

Обратимся к опыту Франции. Управление гостиничным персоналом во Франции – это четко разработанная система с индивидуальным подходом к каждому работнику. Требования к рабочему месту, а также к работникам, их компетенциям и функциям полностью определены и прописаны, а деятельность работников четко регламенти-

рована. Поэтому при подборе персонала работник всегда знает, что от него потребуют и что он получит; существуют четко обозначенные направления при найме: что хочет работодатель, что дадут работнику, каковы условия его труда, что будут требовать от работника. Так как текучесть гостиничного персонала во Франции гораздо меньше российской, то и на работу принимаются главным образом выпускники школ, которых потом гостиница «доращивает» до необходимого профессионального и должностного уровня. По закону любая французская гостиница с числом служащих более 10 человек обязана тратить не менее 1,6% фонда заработной платы на повышение квалификации работников различного уровня. Если эти средства не использованы по прямому назначению, то их изымают в государственный бюджет. Причем обучение должно проводиться в рабочее время, и время, затраченное работниками на обучение, оплачивается им как рабочее. Привлечение сторонних организаций к процессу управления персоналом широко распространено во Франции. Это вызвано следующими причинами: для французского руководителя гораздо проще привлечь к совместному проекту, например, по обучению или переквалификации работников аутсорсинговую организацию, чем брать работника на постоянное место работы, и после окончания проекта не знать, что с этим работником делать. Поэтому, во французских гостиницах менеджеров по персоналу нет. Все работы по оценке или обучению персонала передаются на исполнение сторонним организациям.

Что касается Швейцарии, то именно там была создана самая крупная международная гостиничная сеть Kempinski. Рассмотрим структуру управления в отеле «Кемпински». Анализируя функционирование служб различных отделов гостиницы «Кемпински», можно прийти к выводу, что данная пятизвездочная гостиница использует матричную структуру управления. В качестве примера можно использовать структуру хозяйственного отдела. Хозяйственный отдел подразделяется на три подотдела: прачечная (Laundry) (№1), хаускипинг (Housekeering) (№2) и отдел, отвечающий за прочие хозяйственные работы, именуемый (Public Area) (№3). Среди данных трех подразделений наиболее простую структуру управления имеет прачечная. Работники, нанимаемые в Laundry, выполняют одинаковую для всех работу без разделения на подгруппы. Например, гладят белье на специализированных гладильных прессах, складывают и сортируют сухие вещи или выполняют индивидуальные заказы гостей отеля. Единственное исключение – для выполнения более тяжелой работы в прачечной, такой, например, как закладывание белья в стиральные машины и подобные процедуры, приглашают мужчин. Далее все подчиняется установленному порядку – работники отвечают за выполнение своих обязанностей супервайзеру прачечной. Именно он назначает им задания в начале рабочего дня и в течение смены периодически приходит справиться о ходе работы. Супервайзер же прачечной в свою очередь подчиняется менеджеру прачечной. Однако первоначальные работники также подотчетны и перед менеджером. Таким образом, даже в наипростейшей структуре действует принцип двойного подчинения. Рассмотрим структуру подотдела № 2. Старшим ответственным за работу целого отдела является супервайзер Public Area. Ему в распоряжение дана группа работников, среди которой назначается «старший». Супервайзер назначает задания группе, а «старший» уже непосредственно распределяет поручения среди работников команды. При этом также действует принцип двойного подчинения исполнителей: с одной стороны – руководителю функциональной службы (супервайзеру), с другой – руководителю проекта целевой программы («старшему»), который наделен полномочиями для осуществления процесса управления. Наиболее полную или расширенную матричную структуру управления в отеле «Кемпински» имеет подотдел Housekeeping. Региональный менеджер отвечает не только за какой-то конкретный отель, а за все отели данной цепи, находящиеся в определенном регионе (например, Северо-Западном). Региональный менеджер назначает главного менеджера в данном отеле. Именно он будет регулировать работу подопечных в данном предприятии и отвечать за функционирование вве-

ренного ему отдела. Главный менеджер, в свою очередь, назначает нескольких супервайзеров, так как данный подотдел самый большой из представленных трех. Среди назначенных супервайзеров также выделяется «старший», который будет заведовать в этой мини- группе. На нижнем же уровне цепи находятся горничные, в среде которых имеется «старшая горничная». На всех ступенях этой формы управления действует принцип двойного подчинения.

Практика использования матричной структуры в отеле Кемпински приносит организации свой положительный эффект. Можно выделить следующее:

- более эффективное использование персонала организации, специальных знаний и компетентности сотрудников на всех уровнях;
- относительная автономность групп способствует развитию у работников навыков принятия решений и профессиональных навыков;
- улучшение контроля над отдельными задачами проекта при помощи принципа двойного подчинения.

Однако, не смотря на хорошо отлаженную систему, действующую в отеле, наблюдается некоторый отрицательный эффект:

- ответственность за работу по заданию несколько размыта (следствие двойного подчинения);
- наблюдается частое возникновение конфликтов между руководителями подразделений и проектов или программ;
- существует возможность нарушения правил и стандартов, принятых в функциональных подразделениях.

В настоящее время существует большое количество гостиниц, в которых работает персонал различных национальностей и это является довольно большой проблемой для управления, именно поэтому нужно знать следующее. Процесс формирования деловой карьеры менеджера организации, входящей в стратегический альянс (в нашем случае – это гостиница международной гостиничной цепи), предусматривает обучение специалистов знаниям современных приемов, процедур, технологий маркетинговой деятельности гостиницы, навыкам делового общения с представителями иных культур. Кроме этих знаний, сотрудники гостиниц должны обладать рядом важнейших личностных качеств, среди которых коммуникабельность и способность работать в разнообразной культурной среде, нестандартно мыслить, творчески подходить к решению проблемы.

Наличие этих требований связано с характером деятельности мировых гостиничных цепей, создающих компании во многих странах мира. Менеджеры таких кросскультурных организаций, функционирующих на основе пересечения различных национальных культур, должны уметь быстро ориентироваться в ситуации и адаптироваться к ценностям, традициям и менталитету персонала объединений или союзов. Это является одним из условий существования в туристской организации корпоративной культуры.

Все очевиднее становится тот факт, что для этого требуется не только интенсивное изучение иностранных языков, но и понимание чужих обычаев и культур. В настоящее время одним из немногих критериев для сопоставления различных культур является показатель «индивидуализм-коллективизм». Иными словами, в одной культуре человек будет принимать решения, ориентируясь на потенциальную реакцию соответствующей социальной группы (Япония), в другой – на собственную, личную оценку (Америка). Однако существуют и другие критерии, одним из которых является способ такого объективного измерения реальности, как время. По этому критерию несколько сотен национальных и региональных культур мира могут быть поделены на три группы:

1) моноактивные – культуры, в которых принято планировать свою жизнь, составлять расписания, организовывать деятельность в определенной последовательности, заниматься только одним делом в данный момент;

2) полиактивные – подвижные, общительные народы, привыкшие делать много дел сразу, планирующие очередность дел не по расписанию, а по степени относительной привлекательности, значимости того или иного мероприятия в данный момент;

3) реактивные – культуры, придающие наибольшее значение вежливости и уважению, предпочитающие молча и спокойно слушать собеседника, осторожно реагируя на предложения другой стороны.

Типичными представителями моноактивных культур являются: американцы, англичане, немцы, северные европейцы, которые методично, последовательно и пунктуально организуют свое время, разбивают свою деятельность на следующие друг за другом этапы, решая все проблемы в жесткой последовательности, концентрируясь на каждом отдельном отрезке и, таким образом, добиваясь почти совершенного результата.

В культуре полиактивной, типичными представителями которой выступают латиноамериканцы, южные европейцы, россияне, принято делать одновременно несколько дел (нередко не доводя их до конца). Персонал полиактивных культур очень легко перестраивается с решения одной задачи на другую.

В реактивной культуре (Япония, Китай, Тайвань, Финляндия, Корея, Турция и др.) деятельность организуется также не по строгому и неизмененному плану, а в зависимости от меняющейся ситуации, как реакция на эти изменения. Представители реактивных культур предпочитают сначала выслушать и выяснить позицию других, затем сформулировать свою собственную.

Менеджеры полиактивных культур не придают большого значения расписаниям и пунктуальности. Они делают вид, что соблюдают их, особенно если на этом настаивают моноактивные партнеры, но убеждены, что реальность важнее расписаний встреч. Распределяя свои дела по порядку, они учитывают прежде всего относительную эмоциональность или значимость каждой встречи. Представители данных культур не обращают внимания на количество прошедшего времени, только бы не оставлять разговор незаконченным; для них межличностное общение – наилучшая форма инвестирования времени.

Успешное функционирование организации и взаимодействие персонала, представляющего различные национальные команды, во многом зависит от процесса сбора информации. Специалисты подразделяют культуры на: ориентированные на диалог и ориентированные на безличный сбор информации. Существует четкая связь между ориентированностью на диалог и полиактивностью человека. Ориентированные на диалог люди стремятся использовать личные отношения, чтобы решить проблему. В данных культурах считается совершенно естественным, что при увольнении менеджера он уводит за собой коллег и клиентов, так как между ними сложилась налаженная система отношений. В ориентированной на безличностные факты культуре сбор информации идет на основе ответов, базы данных, примечаний к проекту и прочей печатной информации. Менеджеры моноактивных культур собирают достоверную информацию на основе имеющихся баз данных и руководствуются ею при принятии решений. Реактивные культуры сочетают использование баз данных и печатной продукции с естественной склонностью внимательно слушать и вступать в дружелюбный диалог, т.е. менеджеры данных культур умеют эффективно использовать и безличную, и личную информацию, о чем свидетельствует успех развития таких стран, как Япония, Южная Корея, Сингапур, Тайвань, Финляндия. Менеджеры в моноактивных культурах будут демонстрировать и приобретать технические умения, опираться прежде всего на факты и логику, а не на чувства и эмоции; ориентироваться на сделку, концентрировать свое внимание и внимание своих подчиненных на непосредственной задаче и результатах. Они

организованы, твердо придерживаются повестки дня и вдохновляют подчиненных тщательным планированием.

Полиактивные менеджеры гораздо более экстравертны, полагаются на свое красноречие и умение убеждать, используют силу характера как стимулирующий фактор. Они часто эмоциональны во взаимодействии с людьми и уделяют ему столько времени, сколько оно может занять, развивая контакт до предела.

В реактивных культурах менеджеры также ориентированы на персонал, но управляют с помощью знания, терпения и спокойного контроля. Они отличаются своим умением создавать гармоничную атмосферу для работы в команде, которую хорошо знают.

Интересен факт, что, несмотря на то, что российская деловая культура является полиактивной и ближе к латиноамериканской, т.е. ориентированной скорее на создание и сохранение хороших отношений с партнером как гарантии успешного бизнеса, нежели на конечный результат и эффективность, в то же время достаточно представительные опросы российских бизнесменов выявляют, что они предпочитают выбирать в качестве идеальных партнеров представителей моноактивной культуры (американцев, немцев). Тем самым выбор свидетельствует в пользу иной деловой культуры.

На сегодняшний день индустрия гостиничного бизнеса развивается стремительными темпами и человек, обладающий достаточным объемом знаний, чтобы работать в данной отрасли, никогда не останется нетрудоустроенным, поскольку потребность в квалифицированном персонале постоянно растет. Ранее в данную сферу бизнеса можно было устроиться и без специальных знаний, однако на сегодняшний момент персонал индустрии гостеприимства составляют исключительно высококвалифицированные работники, обладающие специальным образованием и навыками, которые они получают в образовательных учреждениях. Рассмотрим примеры таких учреждений:

Первая школа гостеприимства была открыта в XIX в. в Швейцарии. Эта школа и сегодня считается лучшей в мире. Также школы гостеприимства достаточно высокого уровня имеются в Испании, Ирландии, США, Великобритании, Австралии и иных странах. В Швейцарии при дорогих гостиницах имеются школы гостиничного бизнеса, где можно учиться и одновременно набираться опыта работы в данной сфере.

Стать квалифицированным специалистом можно, только совмещая теорию с практикой, поэтому большинство зарубежных школ уделяет практике времени не меньше, чем теории. Классы лучших мировых школ представляют собой имитацию номера, барной стойки, reception. На базе школы может функционировать и небольшое туристское агентство.

Предложение выпускников не должно превышать спрос на них. Чем больше спрос на гостиничную продукцию, тем больше появляется школ, готовящих квалифицированные кадры. В 1980-е гг. на Кипре произошел туристский бум, что послужило толчком для создания Колледжа гостиничного и туристического менеджмента (College of Tourism & Hotel Management). Для того, чтобы стать квалифицированным специалистом, необходимо обучаться три-четыре года. По окончании обучения выпускникам вручаются диплом колледжа и международный сертификат.

До недавних пор в России существовала только одна школа, где можно было научиться гостиничному мастерству, – Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса (МАТГР) (основана в 1967 г.). Здесь обучались сотрудники «Интуриста», «Спутника» и «Аэрофлота». Высшего образования в этой сфере тогда еще не было. На сегодняшний день имеются множество учебных заведений, готовящих квалифицированные кадры; среди них Российская международная академия туризма, Московский институт рекламы, туризма и шоу-бизнеса, Международный институт гостиничного менеджмента и туризма, Институт туризма и гостеприимства и другие.

Гостиничный бизнес уникален в том смысле, что служащие – это часть гостиничного продукта. Персонал гостиниц должен уметь создавать на предприятии атмо-

сферу гостеприимства, должен быть готовым доброжелательно выполнить просьбу проживающих и в отношении проживающих должен проявить терпение и сдержанность.

Без управления людьми не может существовать ни одна организация. Без квалифицированных кадров организация не сможет достичь своих целей. Вряд ли оспорим тот факт, что доходы любой фирмы в первую очередь зависят от того, насколько профессионально работают в ней специалисты. Управление персоналом направлено на достижение эффективной деятельности организации и справедливости взаимоотношений между работниками. Гибкая организация труда, самоорганизация работника и групп трудящихся, их сознательное участие не только в производственном процессе, но и в управлении производством становится отправной точкой создания систем управления человеческими ресурсами.

Список литературы и источников:

1. Аширов Д.А. Управление персоналом. - М.: Проспект, 2007.
2. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: менеджмент. – М.: КНОРУС, 2007.
3. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме, - М.: Академия. 2006.
4. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе. - М.: Дашков и К, 2006.
5. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала. - М.: Изд. Юристъ, 2006
6. Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Мн.: Новое знание, 2011.
7. Боуэн Док., Котлер Ф., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. М.: Юнити, 2009.
8. Браймер Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер. с англ. М.: Аспект Пресс, 2011.
9. Кобяк М., Мировой рынок гостинично-туристских услуг// Туризм: практика, проблемы, перспективы – 2012.
10. Милинчук Е.С. Глобализация рынка туристических услуг: особенности проявления // Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. – Выпуск 3.. 2012.

В.В. РУПЫШЕВА
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»
Е.А.ГРИГОРЬЕВА
канд. экон. наук, профессор кафедры менеджмента
НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт»

УПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИЕЙ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Аннотация.В данной статье рассматриваются типы моделей государственного регулирования индустрии туризма, роль государства в продвижении национального турпродукта на международном рынке.

Ключевые слова: государство, туризм, контроль, регулирование, маркетинг.

Annotation. Thisarticlediscussesthetypesofmodelsof state regulation of the tourism industry, the state's role in the promotion of the national tourist product on the international market.

Keywords:state, tourism, control, regulation, marketing.

Анализируярольгосударстваворганизацииразвитиитуристскойдеятельности в различных странах, можно выделить три типа моделей государственного участия в регулировании этой важной составляющей национальных экономик.

Первая модельпредполагает отсутствие центральной государственной туристской администрации, все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной «самоорганизации». Правительственные органы принимают такую модель в тех случаях, когда туризм национальной экономике вообще не очень нужен либо, когда субъекты туристского рынка сознательны и занимают сильные позиции, т.е. способны решать свои проблемы без государственного участия[4].

Подобная модель управления индустрией туризма принята в США после того, как в 1997 г. была ликвидирована государственная структура, ведавшая туризмом. Руководство страны решилось на этот шаг по ряду причин:

- необходимость сокращения затратных статей федерального бюджета;
- наличие прочных позиций США на международном рынке туризма;
- привлекательность страны для зарубежных туристов, не требующая дополнительной рекламы;
- наличие в индустрии туризма сильных частных компаний, способных на мощные самостоятельные рекламные акции в интересах всего национального рынка.

Вторая модельпредусматривает наличие сильного и авторитетного центрального органа – министерства, контролирующего деятельность всех предприятий отрасли в стране. Для ее реализации требуются определенные условия, а именно значительные финансовые вложения в индустрию туризма. В частности, в рекламную и маркетинговую деятельность, инвестирование в туристскую инфраструктуру и т.п. Можно в качестве иллюстрации привести пример Египетской государственной турадминистрации, которая в 1999 г. затратила на рекламную кампанию своей страны в Италии около 3 млн. дол. США. Эффект от этой акции превзошел все ожидания[2,3].

Подобная модель организации управления туристской индустрией принята, кроме Египта, в Турции, Тунисе и ряде других стран, для которых туризм является одним из основных источников валютных поступлений в бюджет.

Третья модель преобладает в развитых европейских государствах. В странах, где принята такая модель, вопросы развития туристской деятельности решаются в какомлибо многоотраслевом министерстве на уровне соответствующего отраслевого подразделения. Чаще всего это министерство с экономическим уклоном. При этом подразделение, ведающее вопросами туризма, осуществляет свою деятельность в двух направлениях: решает или регламентирует общие вопросы государственного регулирования (разработка нормативно-правовой базы, координация деятельности региональной представительной и исполнительной власти, международное сотрудничество на межгосударственном уровне, сбор и обработка статистической информации и т.п.) и направляет и координирует маркетинговую деятельность (участие в выставках и международных объединениях в туристской сфере, управление туристскими представительствами своей страны за рубежом и т.п.).

Такая модель избирательного участия государства в развитии индустрии туризма получила условное название европейской. Целесообразно рассмотреть европейскую модель подробнее, так как она представляется наиболее приемлемой для России.

Центральная государственная туристская администрация в развитых европейских странах работает в тесном взаимодействии с местными властями и частным бизнесом. Такая схема работы оказалась весьма продуктивной с точки зрения нахождения форм конструктивного сотрудничества и взаимодействия административных органов различных уровней государственного и регионального управления, а также для привлечения финансовых средств частного сектора к решению актуальных задач развития национальной экономики. Следствием такой политики явилось появление смешанных по форме собственности (государственно-частных) институтов в области регулирования туристской деятельности[1].

Варианты реализации третьей модели управления туристским сектором рассмотрим на примере четырех европейских стран: Франции, Испании, Великобритании и Италии, на долю которых приходится, по данным Всемирной туристской организации, около 1/3 мировых туристских прибытий.

На региональном уровне действуют представители центральной исполнительной власти, решающие вопросы развития туристской сферы и подчиняющиеся непосредственно префектам. Деятельность этих представителей направлена на координацию ме-

стных и национальных инициатив, так как полномочия местных властей в области туризма достаточно велики.

Продвижением образа Франции как туристского центра на международном рынке занимается ассоциация «MaisondelaFrance», возникшая в 1987 г. в результате соглашения о партнерстве между местными администрациями, туристическими фирмами, гостиницами, администрациями объектов экскурсионного показа. В настоящее время ассоциация насчитывает около 800 членов. В штате ассоциации «MaisondelaFrance» более 200 сотрудников, 33 его представительства работают в 26 странах мира. Руководящий орган ассоциации – совет директоров, состоящий из 27 человек (1/3 – чиновники из госаппарата, а 2/3 – представители частного бизнеса). Деятельность ассоциации на 60% финансируется из госбюджета.

В Испании вопросами туризма ведает Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу, подчиненный Министерству экономики. Кроме Госсекретариата Министерству подчиняются: Центральная дирекция по туризму (административные вопросы и выработка общих направлений государственной политики в сфере туризма); гостиничная цепь ««Paradores» (83 гостиницы, размещенные в зданиях, представляющих историческую ценность); два выставочно-конгрессных центра (в Мадриде и Малаге) и Испанский институт туризма – «Turespaca»[5,6].

Полномочия Министерства экономики невелики. Такие важные функции, как лицензирование, сертификация услуг, разработка стратегии развития туристской индустрии, являются прерогативой местных властей. С целью координации их деятельности в стране создан Совет по развитию туризма, в состав которого входят представители государственных органов власти всех уровней и представители частного бизнеса. Решения Совета носят рекомендательный характер.

Испанский институт туризма «Turespaca» занимается привлечением иностранных туристов, осуществляя рекламную деятельность и продвижение испанских курортов за рубежом. Организация имеет широкую сеть информационных офисов в Испании и 29 представительств в 21 стране мира. Институт полностью финансируется из госбюджета.

В Великобританиисферу туризма возглавляет Министерство культуры, зрелищ и спорта, которому подчиняется орган, непосредственно курирующий туризм, – «BritishTouristAuthority» (BTA). BTA занимается привлечением иностранных туристов в Великобританию и развитием внутреннего туризма, а также консультирует правительство и другие государственные учреждения по вопросам туризма. Являясь по организационно-правовой форме частно-предпринимательским институтом, BTA наряду с традиционной деятельностью на зарубежных рынках (распространение информации туристического содержания, реклама, участие в выставках) предоставляет платные консалтинговые и маркетинговые услуги, организует выставки и семинары, осуществляет различные проекты с участием иностранного капитала, издает и реализует путеводители, видеофильмы и другую рекламно-информационную продукцию.

Во главе BTA стоит совет директоров из пяти человек и президент. В штате организации около 300 человек, из которых примерно треть работает в Лондоне, а остальные за рубежом в 26 странах мира. Более чем на 2/3 (68%) BTA финансируется из госбюджета.

В Италии Департамент по туризму входит в состав Министерства производственной деятельности. Основные функции Департамента сводятся к координации деятельности региональных турадминистраций, разработке нормативно-правовых отраслевых документов национального характера, исследованиям и обработке статистических данных, а также международной деятельности (межправительственные соглашения, взаимоотношения с международными организациями и ЕС).

Полномочия местных турадминистраций в Италии также значительно расширены. Они ведают всеми вопросами лицензирования туристской деятельности на своей

территории, осуществляют классификацию гостиниц, имеют право продвигать и рекламировать свои регионы внутри страны и за рубежом (рекламные мероприятия, участие в выставках и т.п.).

Однако ведущая роль в представлении Италии на международном туристском рынке принадлежит Национальному управлению по туризму (ENIT), основными функциями которого являются рекламно-информационная работа, маркетинговые исследования, координация зарубежной деятельности местных турадминистраций. ENIT подчиняется Департаменту по туризму и полностью финансируется из госбюджета. В штате ENIT 200 человек, в том числе сотрудники 20 представительств в 16 странах.

По масштабам международного туризма, федеральному устройству и способу организации туристской отрасли для России наиболее приемлема третья модель управления. Однако для эффективного функционирования этой модели целесообразно государственное финансирование отрасли (по меньшей мере, частичное), что продиктовано необходимостью участия государства в формировании и продвижении национального турпродукта, осуществлении маркетинговых исследований, рекламно-информационной деятельности, организации и проведении международных туристских выставок, конференций, семинаров, формировании базового пакета инвестиционных проектов в области развития туристской инфраструктуры и т.д. [1].

Список литературы и источников:

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для вузов.- 2-е изд.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.- 463 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. — М–СПб.: «Издательский Дом ГЕРДА», НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. — 544 с.
3. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма: Учебное пособие для студентов вузов.- М.: Академия, 2008.- 192 с.
4. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес.- Ростов н/Д: Феникс, 2010.- 352 с.
5. Квартальнов В.А. Иностранный туризм.- М.: Финансы и статистика, 2007.- 312 с.
6. Чудновский А.Л., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: Учебное пособие.- 14-е изд., стер.- М.: КНОРУС, 2014.- 448 с.

Актуальные вопросы экономики и менеджмента: теория и практика

(г. Краснодар, 14 мая 2015 г.)

Материалы I Международной научно-практической конференции

Печатается по решению научно-методического и
редакционно-издательского советов КСЭИ

Подписано в печать 04.05.15.
Формат 60×84. Усл.печ.л. 10. Тираж 300 экз.

Издательство Кубанского социально-экономического института.
350018, г. Краснодар, ул. Камвольная, 3.