

**ПЕРСПЕКТИВЫ
И ЗАКОНОМЕРНОСТИ
МОДЕРНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО
ОБЩЕСТВА: НОВЫЙ ВЗГЛЯД
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ,
ФИЛОСОФСКИЕ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ,
ПРАВОВЫЕ ОБЩЕНАУЧНЫЕ АСПЕКТЫ**

Материалы международной
научно-практической конференции

(25 июня 2014г.)

Часть 1

Саратов
2014

УДК 338: 316:34
ББК 65+60+67
П 27

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:
д-р экон. наук, проф. *В.И. Долгий* (отв. ред.)
канд. экон. наук, доц. *С.С. Чернов* (отв. ред.)
канд. экон. наук, доц. *Е.Н. Троянова*
канд. экон. наук, доц. *М.А. Еремеев*

П27 Перспективы и закономерности модернизации современного общества: новый взгляд (экономические, социальные, философские, политические, правовые общенаучные аспекты): Материалы международной научно-практической конференции (25 июня 2014г.). – В 3-х частях. – Ч.1. / отв. ред. В.И. Долгий, С.С. Чернов – Саратов: Изд-во «Академия управления», 2014. – 148 с.

ISBN 978-5-9905719-0-7

Содержание материалов конференции составляют научные статьи отечественных и зарубежных ученых, в которых излагается теория, методология и практика научных исследований в области экономики, социологии, философии, управления, права, финансов.

Для специалистов в сфере управления, научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов вузов.

ISBN 978-5-9905719-0-7

УДК 338: 316:34
ББК 65+60+67

© ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный технический университет», кафедра «Производственный менеджмент и экономика энергетики», 2014

© Академия управления ООО, 2014

© Авторы статей, 2014

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

ГАРМОНИЗАЦИЯ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье уделено внимание гармоничной налоговой системе государства. Единственным путем решения проблем налогообложения, как на государственном уровне, так и на международном становится внесение огромного количества поправок в национальное законодательство и заключение конвенций об устранении двойного налогообложения.

В последние десятилетия XX века ускоренными темпами идет процесс интеграции и унификации мировой экономики, вследствие которого между странами началась борьба за экономические ресурсы и в первую очередь за налоговые поступления в национальные бюджеты. Подобная тенденция привела к созданию оффшорных и финансовых центров, различных особых экономических зон и зон экономического благоприятствования, ужесточилась налоговая конкуренция. Последующее развитие указанных процессов приводит к новым льготам и дальнейшему снижению налоговых ставок, что обостряет и накапливает противоречие в системе мировых хозяйственных связей.

В связи с этим для российской налоговой системы (как составляющей финансовой системы в целом) «наболевшим» остается вопрос экономических взаимоотношений регионов и центра (в федеративном государстве конституционно закреплены самостоятельные уровни власти, наделенные определенными полномочиями и ответственностью, для эффективной реализации своих функций они должны не просто обладать необходимыми и достаточными ресурсами, но и иметь возможность воздействовать на величину источников доходной базы своих бюджетов), а также в целом процесс гармонизации налоговых отношений путем приведения норм налогового законодательства (а также смежных к нему) к тому состоянию, когда российская система экономики будет выстроена таким образом, чтобы быть способной к «здоровому» инвестиционному и предпринимательскому климату внутри страны и готовой к сотрудничеству на мировом рынке. Процесс этот многосложен и длителен, он затрагивает интересы не только всех участников этой сложной системы, но и интересы других государств (у каждого государства они свои, зачастую между собой не совпадающие).

Налоговое законодательство Российской Федерации с момента его принятия претерпело серьезные изменения в направлении совершенствования и приведения в соответствие с международными принципами налогообложения, но с учетом экономических, социально-политических и иных особенностей развития страны.

Применительно к экономическим отношениям толкование термина «гармонизация» представляет собой «взаимное согласование, сведение в систему, унификацию, координацию, упорядочение, обеспечение взаимного соответствия разных мер, действий, мероприятий экономического характера».

В России сложилась довольно противоречивая и экономически неэффективная модель разграничения и распределения налогов между бюджетами разных уровней. В настоящее время сохраняется значительная зависимость региональных бюджетов от федерального центра и федеральных трансфертов.

Делая вывод, хотелось бы отметить, что модернизация российской модели налогового федерализма в России требует пересмотра подходов к распределению не только налоговых полномочий между различными уровнями бюджетной системы, но и иного подхода к определению состава расходов различных бюджетов. В связи с этим необходимо:

1 Расширить перечень налогов, находящихся в ведении субъектов Российской Федерации и местных органов власти и формирующих их собственную налоговую базу;

2 Сформировать систему долгосрочных нормативов отчислений от федеральных налогов, остающихся в распоряжении субъектов Федерации;

3 Распределять налоговые поступления с учетом социально-экономических норм и нормативов, а также региональных особенностей субъектов Федерации.

Список литературы:

- 1 *Оспанов М.Р.* Налоговая реформа и гармонизация налоговых отношений: автореферат дис. доктора экон. наук. – Санкт-Петербург, 1998.
- 2 *Шувалова Е.Б.* Реформирование налогообложения РФ в условиях рыночной экономики: Сборник научных трудов кафедры Налогов и налогообложения. – М.: ЕОАИ, 2007.

Абакарова Р.Ш.

*ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт
народного хозяйства»*

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ НАЛОГОВ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Рассматриваются налоговые системы разных стран. Достоверный момент возникновения налогов науке установить пока не удалось, но при этом можно отметить, что они возникли вместе с государством в его современном понимании.

Налоговые системы зарубежных стран весьма различаются между собой. В то же время проводимые с конца 80-х годов налоговые реформы несколько сближают их. По структуре налогообложение в зарубежных странах, особенно в развитых странах, подразделяются на два вида: страны, где наибольшую долю составляет прямое налогообложение и государства преимущественно с косвенным налогообложением. А также, можно отметить, что среди прямых налогов, используемых в развитых странах, особо важную роль играют налог на прибыль, взимаемый с предпринимательства, индивидуальный подоходный налог, социальный налог, взимаемые с населения, и налог на имущество, накладываемый и на население, и на предпринимательство. [1]

Система прямого налогообложения, то есть подоходный налог, взносы рабочих в фонды социального страхования и система косвенных налогов (налоги на потребление) в разных странах выглядят следующим образом: прямые налоги преобладают в Германии, Канаде, США, Японии, но косвенные преобладают – во Франции и Италии. Уравновешенную структуру имеют Италия и Германия, произошло повышение роли прямых налогов в Германии, Канаде, Японии и США, а косвенных – в Италии.

Система налогообложения обеспечивает эффективное перераспределение финансовых ресурсов в государстве, а также является средством регулирования экономики, осуществления структурной и социальной политики. В последние годы доля национальных налоговых доходов в ВВП развитых стран составляла от 34 до 55%

В каждой стране существуют особенности, которые можно перенимать.

Надо понимать, что от налоговой политики и как правильно мы её будем реформировать, зависит не только, в какой мере она отвечает интересам налогоплательщика, налоговой службы и т. д., но и экономическое благополучие нашей страны.[2]

Более достоверный момент возникновения налогов как экономического явления науке установить пока не удалось, но при этом можно отметить, что они возникли вместе с государством в его современном понимании. Первые появившиеся налоги носили бессистемный характер и взимались по мере необходимости, к ним

относится: войны, крупные стройки, которые в необходимости, к ним относятся: войны, крупные стройки, которые в натуральной форме, то есть продовольствием, строительными материалами, рабочей силой. В мирное время в Афинах и Римской империи налоги не взимались.

В Китае уже в 5 веке до н.э. взималась натуральная подушная подать.

По мере увеличения расходов государств налоги начали взиматься в денежной форме более регулярно и стали основным источником денежного содержания государства.

Другими источниками государственных доходов можно отметить следующие виды: добыча, полученная в результате ведения войн, доходы от использования государственного имущества, доходы от государственных монополий. В восточных деспотиях налоги взимались в виде арендной платы за проживание и возделывание земель, являющихся собственностью главы государства. Вплоть до 17 века в Европе налоговые системы развивались медленно и были крайне запутанными, а большинство налоговых платежей носили нерегулярный характер: они вводились, когда было необходимо покрыть целевые затраты либо когда в казне кончались деньги.

В 1215 году английским феодалам удалось добиться широких налоговых прерогатив – в подписанной Иоанном Безземельным великой хартии вольности был закреплен низкий размер ренты (налога на наследство феодалов-баронов). В общий совет вошли крупные феодалы – таким образом, было несколько ограничено право короля вводить новые налоги.

Во Франции новые налоги вводил король, но сбор единовременных налогов «в связи с опустением казны», он согласовывал с сословно-представительным органом – генеральными штатами.

Таким образом, можно отметить, что сбор налогов постепенно становится видом предпринимательского промысла.

В то же время, можно отметить, что все большее значение постепенно приобретало косвенное налогообложение – акцизы, как правило, взимавшиеся у городских ворот со всех ввозимых и вывозимых товаров. Это скорее было связано с экономическим процветанием в пятнадцатой – первой половине 16 века ряда европейских стран, и в первую очередь в Германии. В вольных городах Европы в этот период формировались системы подоходного и цехового поимущественного (предпринимательского) налогообложения.

Итак, в большинстве стран Европы фактически сложилась следующая система налогообложения: сельское население уплачивало феодалу подушный налог (через откупщика). Города собирали подоходные налоги с граждан и акцизы. Затем город уплачивал фиксированную законодательным актом или договором сумму подати вассалу короля. Король время от времени изымал часть земли вместе с городами и сельским населением у своих вассалов. Другими источниками пополнения казны короля были судебные пошлины, гильдейские и ремесленные пошлины, налог на соль, косвенные налоги – акцизы на продукты питания, табак, бумагу.

Список литературы:

- 1 *Дементьева Н.М.* Налоги и налогообложения в зарубежных странах: Учебное пособие. – Новосибирск: НГУЭУ, 2009. 203с.
- 2 *Ушак Н.В.* Теория и история налогообложения. Учебное пособие. – М. КноРус, 2009. – 327с.

Абакарова Р.Ш.

*ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт
народного хозяйства»*

НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ: ЗА И ПРОТИВ

В Правительстве РФ вновь актуализировали тему налогообложения недвижимости. Эта тема переходит сегодня в область практических разработок и законопроектов.

Работа по введению налога на недвижимость ведется Минфином России совместно с другими заинтересованными органами и организациями с 1994 г. Первые реальные шаги к обложению недвижимости в России были связаны с принятием Федерального закона от 20.07.1997 № 110-ФЗ «О проведении эксперимента по налогообложению недвижимости в городах Великом Новгороде и Твери». Эксперимент длился девять лет, и хотя о нем время от времени в печати говорилось много правильных и хороших слов, реальным его результатом можно считать лишь выявление некоторых проблем.

Изначальная идея состояла в том, чтобы объединить в одном налоге земельный налог и налоги на имущество организаций и физических лиц с рыночной оценкой объектов обложения. Однако помимо массы технических трудностей (учет недвижимости и ее владельцев, документооборот, ставки, льготы, процедуры обжалования т.д.) введение данного налога натолкнулось на такое препятствие (по нашему мнению, оно и является главным), как отсутствие «нормального» рынка недвижимости: нет рынка – нет и рыночной оценки, нет рыночной оценки – нет смысла и огород городить.

Как известно, налоги должны составлять некую систему, где каждый элемент (налог) служит такой цели, как обеспечение бюджета доходами. Понятно, что, меняя один элемент системы на другой, надо ответить хотя бы на два вопроса: чем плох старый элемент и в чем преимущество нового. Так чем же не устраивает, например, налог на имущество физлиц как источник дохода: объектами обложения, базой, ставками, льготами, объемом поступлений, справедливостью и что мешает его усовершенствованию, благо резервы улучшения есть у любого налога?

Развитые страны, имея многовековой опыт обложения имущества в рыночных условиях, до сих пор не пришли к единой методике оценки недвижимости и используют их многочисленные разновидности. В этой связи самонадеянно рассчитывать на то, что нам сразу удастся изобрести такой способ массовой оценки, который позволит избежать негативных финансовых и социальных последствий.

Не стоит спешить с введением налога. Ничего не случится, если единый налог на недвижимость получит признание всех регионов России через 10 или 20 лет. Указанные сроки говорили о решительном настрое авторов законопроекта, но представленные в нем «принципы формирования методики оценки...исходя из оценки рыночной стоимости» (ст. 392) не могли быть реализованы в отведенное время. Во всяком случае, соображения инициаторов налога на этот счет публично изложены не были.

Развитие имущественного налогообложения в России идет в русле современной налоговой теории и мировой практики. Существующие проекты налога на недвижимость позволяют доработать отдельные механизмы взимания налога, который призван пополнить доходы местных бюджетов и сделать систему налогообложения более справедливой. Вместе с тем нормативное обеспечение обложения недвижимости должно быть таким, чтобы исключить принятие заниженных параметров налога. В этой связи представляется целесообразным продолжить работу над налоговым законопроектом, не форсируя его принятие и распространение, а продолжая внедрять налог на недвижимость по регионам в экспериментальном порядке.

Список литературы:

- 1 Официальный сайт Росстата- <http://www.gks.ru>.
- 2 Официальный сайт ФНС России- <http://www.nalog.ru>.
- 3 Официальный сайт Минфина России – <http://www.minfin.ru>.
- 4 *Маргулис Р.Л.* Налогообложение недвижимости имущества физических лиц . Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. – МГУ,2012 год, 165 стр.

Абакарова Р.Ш.

*ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт
народного хозяйства»*

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ: КАК ДОБРО ИЛИ ЗЛО?

Раскрывается понятие льгот, их разновидности. В статье показано неоднозначное отношение к налоговым льготам со стороны государства и налогоплательщиков.

Налоговые льготы добро или зло? Чтобы ответить на этот вопрос надо знать что такое налоговые льготы.

Льготы по налогам и сборам – это предоставление отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками, включая возможность не уплачивать налог или уплачивать его в меньшем размере. Следовательно, налоговые льготы используют для сокращения размера налогового обязательства налогоплательщика и для отсрочки или рассрочки платежа. Налоговые льготы подразделяются на 3 вида: изъятия, скидки, инвестиционный налоговый кредит.

Изъятия – это налоговые льготы, направленные на выведение из-под налогообложения отдельных предметов (объектов) налогообложения. Изъятия могут предоставляться как на постоянной основе и на ограниченный срок, как ко всем плательщикам налога, так и какой-то отдельной категории. Льготы в форме скидки направлены на сокращение налоговой базы. Налоговые скидки подразделяются на:

- лимитированные;
- не лимитированные;
- общие;
- специальные.

В нашей стране налогоплательщикам не предоставляются налоговые каникулы. Это связано тем, что по закону налогоплательщики из за налоговых каникул получали полное освобождение на два года. Но налогоплательщики начали злоупотреблять этим. Они через два года меняли название компании и продолжали работать в том же объеме, получалось, предприятие работает, но не платит налоги.

Есть еще интересный момент в НК РФ в части НДС отсутствует такое понятие, как «налоговая льгота». Вместе с тем по данному налогу и в мировой практике, и в законодательстве РФ предусмотрено большое количество различных преференций, являющихся по существу налоговыми льготами. Они предоставляются в форме освобождения от обложения данным налогом по трем основным направлениям:

- 1) оборотов по реализации отдельных видов товаров (работ или услуг);
- 2) реализации товаров (работ или услуг) в отдельных видах предпринимательской деятельности;

3) ввоз на таможенную территорию РФ отдельных видов товаров. Для социальной защиты населения предоставляются льготы на услуги по содержанию детей в образовательных организациях, реализующих основную общеобразовательную программу дошкольного образования, услуг по проведению занятий с несовершеннолетними детьми в кружках, секциях, включая спортивные, и студиях. В целях социальной защиты от неоправданного роста цен и тарифов не взимается НДС при реализации ус-

луг по предоставлению в пользование жилых помещений в жилищном фонде всех форм собственности. Налоговые льготы можно рассматривать с двух точек зрения это – со стороны государства и тех кто получает налоговые льготы т.е. налогоплательщиков. Если объективно рассматривать со стороны государства, то получается что налоговые льготы «зло» так как в бюджет не поступает определенная сумма денежных средств, которыми можно было бы покрыть определенный дефицит бюджета, некоторые расходы государства. Со стороны налогоплательщика налоговые льготы можно посчитать как «добро». Почему добро? Наверно потому что налогоплательщик может за счет налоговых льгот не уплачивать вообще налог или уменьшить налогооблагаемую базу. Тем самым снизить налоговое бремя.

Мы не можем с уверенностью говорить, что со стороны государства налоговые льготы это «зло». Государство за счет налоговых льгот стимулирует рост предпринимательской активности населения тем самым увеличивая число предпринимателей, т.е. потенциальных налогоплательщиков. Индивидуальные предприниматели и юридические лица, получающие налоговые льготы имеют в запасе еще некоторые денежные средства, которые они могут использовать для модернизации основных средств. Этим они повышают экономический рост государства.

Налоговые льготы – предмет острых дискуссий. С одной стороны, налоговые льготы являются рыночным методом регулирования экономики, помогающим решать отдельные социально-экономические вопросы. С другой стороны, налоговые льготы нарушают принцип справедливости, льготный режим для одних налогоплательщиков в условиях дефицита бюджета означает дополнительное бремя для других. С одной стороны, они делают налоговую систему более гибкой по отношению к отдельным категориям налогоплательщиков. С другой стороны, усложняют технологию взимания налога.

Список литературы:

1 *Пансков В.Г.* «Налоги и Налогообложение»

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ

В статье раскрывается сущность налоговых льгот. Речь идет о сторонниках и противниках льгот. Однако необходимость наличия льгот очевидна, выполняя стимулирующую подфункцию, они поддерживают развитие экономики

Возникновение налоговых льгот связано с возникновением налогов и корнями уходит в древние цивилизации, такие как Египет, Древняя Греция и т.д. Налоги в древних цивилизациях взимались во времена воин и в смутные тяжелые времена для государства. В местах появления налогообложения в скором времени возникали и послабления в их уплате для определённых лиц или видов деятельности. В наше время налоговые льготы являются неотъемлемой частью функционирования государства. Но у разных государств и экономистов сложились два основных мнения о налоговых льготах. Одна часть считает, что налоговые льготы стимулируют экономику, помогая отстающим отраслям, налоговые льготы улучшают экономику страны в целом. А вторая часть считает, что налоговые льготы это зло, они обуславливают это тем, что из-за налоговых льгот уменьшаются поступления в казну государств. Я же придерживаюсь первого мнения и считаю, что современное государство, отказавшись от налоговых льгот, лишь застопорит экономику.

Одним из основных направлений государственной политики в области налоговой реформы в Российской Федерации в 1996г. было провозглашено радикальное сокращение льгот и исключений из общего режима налогообложения, аргументированное тем,

что налоговые льготы разрушают налоговую систему, противоречат принципу равномерности и справедливости распределения налогового бремени, поскольку льготный режим для одних налогоплательщиков неизбежно означает дополнительное налоговое бремя для других, при условии, что в бюджет в виде налогов должна поступать определенная сумма.

Исследуя налоговые льготы, невозможно обойти стороной их классификацию.

По мнению С.В. Барулина и А.В. Макрушина, все налоговые льготы можно разделить на три основные группы:

- налоговые освобождения,
- налоговые скидки,
- инвестиционный налоговый кредит.

В основе такой общей классификации лежат различия в методах льготирования в результате их влияния на изменение какого-либо конкретного элемента структуры налога (объект, субъект, ставка, налоговая база, окладная сумма налога). Кроме того, все налоговые льготы можно классифицировать по ряду признаков на следующие группы:

- 1) личные и для юридических лиц;
- 2) общие для всех налогоплательщиков льготы и специальные (частные) налоговые льготы для отдельных категорий плательщиков;
- 3) безусловные и условные налоговые льготы;
- 4) общеэкономические и социальные налоговые льготы.

В результате проведенного исследования понятия и видов налоговых льгот можно сделать следующие выводы.

Определено, что налоговыми льготами или льготами по налогам и сборам, принято называть те преимущества, которые предоставляются отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов, по сравнению с другими плательщиками. В том числе понятие налоговых льгот включает в себя возможность не уплачивать налог или сбор либо уплачивать их в меньшем размере, что следует из ст. 56 НК РФ.

Выявлено, что благодаря применению данного налогового инструмента государством достигаются две цели. Главная цель состоит в сокращении размеров налогового обязательства налогоплательщика. Вторая цель, которая на практике преследуется относительно реже, — это отсрочка или рассрочка платежа. Однако и вторую цель надлежит рассматривать как способ косвенного сокращения налоговых обязательств налогоплательщика, поскольку отсрочка или рассрочка платежа фактически являются кредитом, предоставленным бесплатно или на льготных условиях.

Таким образом, несмотря на общность целей, налоговые льготы обладают различиями в механизме своего действия, который зависит от того, на изменение какого элемента структуры налога (предмета налогообложения, налоговой базы, окладной суммы) направлена льгота.

Особо следует отметить, что формирование множественности налоговых режимов, высказанных в литературе, порождает многообразные возможности уклонения от уплаты налогов (путем трансферта прибыли из предприятий, не пользующихся преференциальным режимом, в предприятия, имеющие льготы).

В целях совершенствования института налоговых льгот необходимо:

1. Провести «инвентаризацию» закрепленных в нормативных актах налоговых льгот;
2. Выработать их системную концепцию;
3. Установить надлежащий контроль за установлением налоговых льгот и их реальным осуществлением.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

ПЕРЕХОД С ОДНОГО НАЛОГОВОГО РЕЖИМА НА ДРУГОЙ

В статье идет речь о специальных налоговых режимах. Описывается процесс перехода с одного режима налогообложения на другой.

Переход с ЕНВД на УСН

В соответствии с налоговым законодательством налогоплательщики могут перейти с одного налогового режима на другой. Посмотрим, как это происходит. Порядок перехода с ЕНВД на "упрощенку" Если плательщик единого налога на вмененный доход (ЕНВД) решил перейти на упрощенную систему налогообложения (УСН), то необходимо учитывать следующее.

Согласно п. 2 ст. 346.13 НК РФ организации и индивидуальные предприниматели, которые перестали быть плательщиками ЕНВД, вправе на основании уведомления перейти на УСН с начала того месяца, в котором была прекращена их обязанность по уплате ЕНВД.

В уведомлении указывается выбранный объект налогообложения, а также:

- размер доходов по состоянию на 1 октября года, в котором подается уведомление;
- остаточная стоимость основных средств по состоянию на 1 октября года, в котором подается уведомление. Напомню, что с 1 января 2013 г. стоимость нематериальных активов отражать не нужно.

Перечень налогоплательщиков, которые не вправе применять упрощенную систему, приведен в п. 3 ст. 346.12 НК РФ.

После того как налогоплательщик выяснил, имеет ли он право применять УСН, ему необходимо выбрать объект налогообложения: доходы (налоговая ставка 6%) или доходы, уменьшенные на величину расходов (налоговая ставка —15%). Субъекты РФ вправе устанавливать и пониженные налоговые ставки для плательщиков, выбравших в качестве объекта налогообложения доходы минус расходы в интервале от 5% до 15%. Согласно п. 2 ст. 346.14 НК РФ объект налогообложения может изменяться налогоплательщиком ежегодно.

Определив объект налогообложения, налогоплательщик должен подать соответствующее уведомление в налоговую инспекцию.

Следует отметить, что НК РФ не предусмотрен особый порядок налогового учета при переходе с уплаты ЕНВД на УСН. В связи с этим доходы и расходы необходимо учитывать в соответствии с главой 26 НК РФ.

Согласно п. 1 ст. 346.17 НК РФ датой получения доходов признается день поступления денежных средств на счета в банках и (или) в кассу, получения иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав, а также погашения задолженности (оплаты) налогоплательщику иным способом (кассовый метод).

Если организация после перехода на УСН получит оплату за проданные товары в период применения ЕНВД, то суммы дебиторской задолженности уплачиваемого в связи с применением УСН, учитывать не нужно, так как это приведет к двойному налогообложению.

Порядок перехода на патентную систему налогообложения

Патентная система налогообложения (ПСН) является добровольным налоговым режимом, применять который вправе исключительно индивидуальные предприниматели. Если индивидуальный предприниматель без нарушения положений НК РФ применяет ЕНВД в отношении одного из видов предпринимательской деятельности, на территории одного муниципального образования, то он вправе перейти в отношении такой предпринимательской деятельности на иной режим налогооб-

ложения, в том числе на ПСН, только со следующего календарного года ПСН применяется в отношении видов предпринимательской деятельности, предусмотренных п. 2 ст. 346.43 НК РФ.

На основании подпункта 3 п. 8 ст. 346.43 НК РФ субъекты РФ вправе устанавливать размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода.

В силу п. 1 ст. 346.45 НК РФ документом, удостоверяющим право на применение ПСН, является патент на осуществление одного из видов предпринимательской деятельности, в отношении которого законом субъекта РФ введена ПСН. При переходе с уплаты ЕНВД на ПСН индивидуальный предприниматель подает лично или через представителя, направляет в виде почтового отправления с описью вложения или передает в электронной форме по телекоммуникационным каналам связи заявление на получение патента в налоговый орган по месту жительства не позднее чем за 10 дней до начала применения ПСН.

Если физическое лицо планирует со дня его государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя осуществлять предпринимательскую деятельность на основе патента в субъекте РФ, на территории которого состоит на учете в налоговом органе по месту жительства, заявление на получение патента подается одновременно с документами, представляемыми при его государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. В этом случае действие патента начинается со дня государственной регистрации предпринимателя.

При отправке заявления на получение патента по почте днем его представления считается дата почтового отправления. Налоговый орган обязан в течение пяти дней со дня получения заявления на получение патента либо принять и удовлетворить заявление либо отклонить его.

Абакарова Р.Ш.

*ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт
народного хозяйства»*

ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ НАЛОГА НА РОСКОШЬ В РОССИЙСКОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ

В статье особое внимание уделено введению налога на роскошь в РФ. На этом этапе важным моментом является определение самого понятия роскошь. Вызывает сомнения и эффективность данного налога.

Одной из мер по реализации правительственного плана по выравниванию налогообложения доходов должно стать в перспективе, введение налога на роскошь, которая, по мнению авторов, будет способствовать более полному соблюдению в российской налоговой системе важнейших, основополагающих принципов налогообложения сформированных еще в 18 веке шотландским экономистом А. Смитом.

Ведение более десяти лет назад плоской 13-ти процентной шкалы налогообложения доходов физических лиц формально установила равное обложение доходов всех категорий налогоплательщиков.

В ходе дискуссий о том, какой налог эффективно способствует соблюдению принципа равенств и справедливости в налогообложении, необходимо вспомнить историю возникновения подоходного налога. Тем более, это сравнительно «молодой» налог, и закрепился он в большинстве западных стран лишь с конца 19- начала 20 веков. Нельзя отрицать того факта, что ведение подоходного налога было вызвано острой потребностью государств и дополнительных ресурсах, связанной с ростом задолженности, военными и другими расходами. Но не менее важной причиной стали набиравшие силу социальные движения, требующие устранения справедливости подушного и кос-

венного налогообложения, не учитывающих размера доходов разных слоев населения. Именно идея обеспечения равенства и справедливости налогообложения на основе прямого определения доходов каждого налогоплательщика побудили европейские страны вести подоходный налог.

Отказ в российской налоговой системе от прогрессивной шкалы налогообложения доходов обосновывается главным образом тем, что в случае ее ведения поступления в бюджете НДФЛ не только не увеличивается, но могут и сократиться в связи с возможным возрастанием укрывательства от налогообложения наиболее состоятельной части налогоплательщиков. Подобная ситуация у нас уже наблюдалась, когда у работодателя была очень популярна схема выплат зарплат в «конвертах». Очевидно, что сохраняя плоскую шкалу налогообложения личных доходов населения, государство фактически расписывается в собственном бессилии навести порядок в установлении цивилизованных форм оплаты труда в экономике страны. Тем самым признается, что администрирование данного налога является делом сложным и налоговые силы не в состоянии противостоять действию недобросовестных налогоплательщиков. Сохранение пропорциональной ставки налога на доходы физических лиц при одновременном резком увеличении прогрессии по налогам на имущество население не только не решит имеющихся в налогообложении физических лиц проблем, но еще более усугубит их. Здесь возникает сразу несколько вопросов. В первую очередь – каков будет экономический, а проще говоря, фискальный интерес от резкого повышения ставок на элитную собственность налогоплательщиков? Экспертные оценки показывают, что эффект будет минимальный. Многократное повышение ставки налога на элитное жилье сделает привлекательным выработку схем ухода от налога, чего не наблюдалось в условиях, когда сумма налога не была для наиболее зажиточной части населения обременительной с фискальной точки зрения.

Кроме того, даже в условиях добросовестной уплаты всеми налогоплательщиками повышенного налога на элитное жилье вряд ли можно ожидать роста поступления доходов в региональные и местные бюджеты от этой части налога, поскольку доля такого элитного жилья весьма незначительна, в российской провинции такого жилья нет вообще, так как большая часть населения живет за чертой бедности. В отличие от недвижимого имущества в части автотранспорта определить критерии отнесения к понятию «роскошь» значительно труднее. Для отнесения конкретного автомобиля к категории «роскошь» можно взять различные показатели, например, его стоимость или мощность двигателя. В случае если за показатель взять мощность двигателя, то в данную категорию имеет смысл включить автомобили, мощность двигателя которых превышает 410 лошадиных сил. Если же взять автомобили меньшей мощности, то в этом случае в понятие «роскошь» могут попасть автомобили, пользователями которых является так называемый «средний» класс.

С социальной точки зрения было бы более оправданным ввести однократный налог на роскошь, уплачиваемый при покупке предметов роскоши. Этот налог будет легко администрировать, от него практически невозможно уклониться. При этом можно стимулировать вложение богатой частью членов общества средств в благотворительность, в том числе и за счет уменьшения доли государства в получаемом повышенном налоге со сверхприбыли.

Список литературы:

- 1 *Пансков В. г.* Налоги и налогообложение: учебник для бакалавров / в.г. Пансков. – 2-е издание., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 368с. – Серия: Бакалавр. Базовый курс.
- 2 *Пансков В.Г.* Каким быть налогу на роскошь в российской налоговой системе. – 2013. – N26. – С. 9-14.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

ПОНЯТИЕ И ПРИЗНАКИ НАЛОГА

В данной статье речь пойдет о налогах, о его роли в современном обществе, будет дано определение и рассмотрены признаки налогов.

В науке, в широком смысле, под понятием «налог» понимается взимание на основе государственного принуждения и не несущего характер наказания или обязательной компенсации, безответный платеж. [1]

Налоговые платежи осуществляются безвозмездно. Таким образом, к налогам не относятся платежи, обязанность уплаты которых возникает в связи с заключением плателем с государством или государственными органами или другими государственными агентами, каких-либо договоров. В налоги также не включаются обязательные платежи, взимаемые в качестве каких-либо санкций, например, штрафы, а также различные виды компенсационных выплат (например, платежи по возмещению вреда).

Отличительной чертой налога как экономической категории от других платежей является наличие в нем признаков.

Признак императивного налога свидетельствует об обязанности безусловной, полной и своевременной уплаты налогов государству (налог является обязательным платежом). В этой интерпретации, это означает, что налогоплательщик не вправе отказаться от исполнения своей обязанности по уплате налога в государственный бюджет.

Индивидуальная безвозмездность налога – это знак, указывающий на отсутствие права налогоплательщика при внесении им налоговых отчислений на эквивалентную выгоду от государства, которое отличает налогов, от иных платежей и сборов, взимаемых государством с юридических и физических лиц и, следовательно, не являющихся налогом.[2]

Законность налоговых платежей предусматривает его установление и взимание в порядке, установленном законодательством этого государства.

Абстрактность, признак налога предполагающий поступление финансовых ресурсов в виде налоговых платежей для нужд всего государства, а затем их дальнейшее распределение по видам расходов, что является наивысшим приоритетом для каждой экономической формации.

Относительная релятивность выражается в периодической уплате налога в установленные законом сроки.

Существующее российское налоговое законодательство занимает в этом вопросе позицию по разграничению налогов и сборов, хотя и не лишённую некоторой двусмысленности. С одной стороны, во второй части Налогового кодекса, имеются как сборы, так и пошлины. Но, с другой стороны, в первой части раскрывается только понятие "сбор", а при характеристике государственной пошлины было ясно, что этот сбор.

Анализируя два законодательных определения (налога и сбора), достаточно сложно увидеть различие их признаков: в определении сбора отсутствуют два признака, присутствующие в характеристике налога: индивидуальной безвозмездности уплаты в целях финансового обеспечения деятельности государства. Вместо них введен признак индивидуальной возмездности, а именно предоставление определенного эквивалента «юридически значимых действий» в отношении плательщика сбора. И это вполне объективная рокировка признаков.[3] Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно дать такое определение: налог — это обязательный, индивидуально безвозмездный, относительно регулярный и законодательно установленный государством платеж, уплачиваемый организациями и физическими лицами в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Список литературы:

- 1 Пансков В.Г., Князев В.Г. Налоги и налогообложение. М.: МЦФЭР, 2003. С. 8—9.
- 2 Пансков В.Г. Налоги и налоговая система Российской Федерации: Учебник. М. Финансы и статистика, 2009. С. 13.
- 3 Налоги и налогообложение / Под ред. Б.Х. Алиева. М.: Финансы и статистика, 2005. С. 31.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»
**ПРОБЛЕМА ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ
УКЛОНЕНИЮ ОТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

Интеграционные процессы в мировой экономике открыли хозяйствующим субъектам возможность получения доходов в различных странах мира, минуя государственные границы. Однако параллельно с этим компаниям зачастую приходится решать проблему неоднократного налогообложения.

В современном мире различные государственные образования разграничивают свои полномочия и сферы влияния путем принятия законодательных актов, как внутренних, так и международных. При этом каждое государство мира стремится собирать налоги с доходов, полученных резидентами и нерезидентами страны, распространять свою налоговую юрисдикцию на доходы налогоплательщиков.

Стремление к получению налога с дохода от международной экономической деятельности приводит к международному двойному налогообложению, при котором один и тот же налогоплательщик облагается сопоставимыми налогами в отношении одного и того же объекта в двух или более государствах за один и тот же период.

Причиной являются различия в налоговых законах государств. Возникает ситуация не только неоднократного налогообложения, но и полного (частичного) избежания налогообложения в государствах, претендующих на налогообложение конкретного субъекта. Тем самым нарушается принцип справедливого налогообложения, согласно которому лицо, являющееся резидентом одного государства и получающее доход от деятельности или имеющее имущество на территории другого государства, должно подлежать налогообложению хотя бы в одном из этих государств.

Угроза двойного налогообложения, между тем, порождает утечку капиталов с целью полного избежания налогов, что оказывает негативное влияние на экономику государств.

Избежание налогообложения – это результат применения налогоплательщиком разрешенных или не запрещенных законодательством способов уменьшения налоговых отчислений.

«Избежание» (tax avoidance) не совпадает с «уклонением» от уплаты налогов (tax evasion). В законодательстве и судебной практике иностранных государств уклонение от налогообложения связывается с использованием искусственных правовых форм и нарушением закона в целях сокрытия источников дохода или обмана налоговых органов относительно фактов, имеющих значение для целей налогообложения.

Аналогичные подходы к разграничению этих двух понятий закрепились и в Российской Федерации.

С одной стороны, имеем законную оптимизацию налоговых платежей, под которой понимаются такие действия налогоплательщика, которые хотя и имеют своим следствием неуплату налога либо уменьшение его суммы, но заключаются в использовании предоставленных законом прав, связанных с освобождением на законном основании от уплаты налога или с выбором наиболее выгодных форм предпринимательской деятельности и соответственно – оптимального вида платежа.

С другой стороны, налогоплательщик несет ответственность за такие деяния, которые совершаются умышленно и направлены непосредственно на уклонение от упла-

ты законно установленного налога в нарушение закрепленных в законодательстве о налогах и сборах правил.

Широкое распространение международных соглашений об избежании двойного налогообложения в наши дни увеличивает возможность уклонения от платы налогов с использованием разницы в уровнях налогообложения между государствами, а также налоговых льгот, предоставляемых законами различных стран. Становится возможным через создание искусственных легальных конструкций получать налоговые преимущества в рамках внутреннего законодательства и одновременно – налоговые льготы на основании международных соглашений.

Проблемами устранения международного двойного налогообложения и борьбы с нечестной налоговой конкуренцией активно занимаются, прежде всего, международные организации – ОЭСР, Евросоюз.

Модельная Конвенция ОЭСР об избежании двойного налогообложения вместе с комментариями к ней позволяет эффективно противодействовать использованию подставных компаний и злоупотреблению международными соглашениями.

Список литературы:

- 1 Налоговый кодекс РФ.
- 2 Васильева М.В. Основные тенденции развития налоговых систем промышленно развитых стран // Международный бухгалтерский учет, 2010. №7.
- 3 Галата К.А. Оффшорные зоны. Контроль и международное сотрудничество на современном этапе // Международная экономика. 2011. №2.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

РОЛЬ НАЛОГОВ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Актуальность налогов выражена в регулировании рыночных отношений. Налоги – это основной источник доходов государства, позволяющие реализовывать важные задачи, стоящие перед государством.

Налог – это обязательный, индивидуально-безвозмездный платеж, который взимается с физических лиц и организаций в целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований.

Какую же роль играет на сегодняшний день налоги? Обходив ось бы государство без налогов?

При раскрытии налогов открываются их функции. Самой основной функцией налогов выступает фискальная функция. С помощью фискальной функции реализуется главное общественное назначение налогов, т.е. формирование финансовых ресурсов государства, которые аккумулируются во внебюджетных фондах и бюджетной системе, чтобы удовлетворять интересы общества и государства.

Развитие и изменение форм государственного устройства всегда сопровождаются преобразованием налоговой системы. Помимо этих функций налоговый механизм используется для экономического воздействия государства на общественное производство, на его динамику и структуру.

Посредством применения налогов регулируется рыночная экономика.

В рыночной экономике каждое государство использует налоговую политику как регулятора воздействия на негативные явления. Итак, налоги являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка.

Но не все жители земли считают налоги хорошим явлением. Они скорее были бы «за» их отмену. Это можно объяснить, во-первых, несправедливым обложением налогов, хотя с этим борются, во-вторых, это возможно высокие ставки налога.

И все же, может ли государство существовать без налогов? За счет чего оно будет существовать, если отменить налоги?

Скорее всего, нет. Ни одно государство не сможет существовать без налогов. Так как необходимо, чтобы бюджет государства постоянно пополнялся. Главным источником денег в стране являются налоги. Налоги, которые взимаются с народа и направляются на обустройство страны, а именно на комфортное существование.

Ведь именно за счет налогов воздвигаются школы, всякие новые здания. Все что делает государство происходит за счет налогов.

Также государство может помогать малоимущим семьям, обеспечивать их жильем. Примером служат и детские дома, которые находятся под опекой государства. Оно предоставляет им еду, игрушки.

Это лишь некоторые примеры расходования налогов. Получается, что налоги нужны для самих же граждан, для их комфорта и финансовой независимости страны.

Итак, налоги играют ведущую роль в жизни, как общества, так и государства. Они выполняют важнейшие функции по формированию доходов государственной и муниципальной казны, по регулированию социально-экономических процессов, и множество других важных функций.

Применение налогов является одним из экономических методов управления и обеспечения взаимосвязи государственных интересов с коммерческими интересами предпринимателей с помощью применения налогов определяются взаимоотношения предпринимателей, предприятий различных форм собственности с местными и государственными бюджетами, банками.

Налоги являются необходимым звеном экономических отношений в обществе с момента возникновения государства. Развитие и изменение форм государственного устройства должно всегда сопровождаться преобразованием налоговой системы.

Налоги связаны с формированием денежных доходов государства (бюджета и внебюджетных фондов), необходимых ему для выполнения соответствующих функций социальной, экономической, военнооборонительной, правоохранительной, по развитию фундаментальной науки и др. Налоги являются объективной необходимостью, т.к. обусловлены потребностями поступательного развития общества. Государство, исходя из объективной необходимости, формирует соответствующую налоговую систему, совершенствует ее структуру и механизм функционирования в финансовой системе страны.

Налоги должны соответствовать особенностям страны, стадии экономического развития. Ведь они являются важной «кровеносной артерией» государственной бюджетно-финансовой системы, которая способствует осуществлению основной задачи государства – обеспечения достойных условий жизни человека и гражданина.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

СУЩНОСТЬ ГЕРБОВОГО СБОРА И ЕГО РОЛЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Гербовый сбор с давних времен являлся особым налогом, взимаемым с отдельных физических и юридических лиц при оформлении тех или иных документов гражданско-правового характера. Взимание гербового сбора производилось путем продажи специальных гербовых бланков для составления документов.

Гербовый сбор во многих государствах уплачивался (в некоторых и продолжает взиматься) в установленной сумме для каждого вида государственного документа. Кроме того, особой разновидностью гербового сбора являлся документ, сумма по которому уплачивалась в зависимости от суммы сделки, отмеченной в документе.

Историческим моментом, ознаменовавшим появление современного гербового сбора стало введение в Нидерландах в 1624 году особого вида платежей за использование госу-

дарственной бумаги с гербом. Один из граждан Нидерландов придумал новый налог, который, в общем не является тяжким в оплате. За это он получил государственную премию. С тех пор во многих Европейских странах гербовый сбор распространился ввиду простоты его применения и взимания за оказание некоторых государственных услуг.

Гербовый сбор классифицируется как твердый или постоянный. В этом случае сумма сбора заранее определена для физических и юридических лиц. В другом случае гербовый сбор является пропорциональным. Об этом выше мы уже говорили.

В настоящее время в некоторых государствах продолжается взиматься гербовый сбор. Например, в Великобритании этот сбор носит название Гербовый Сбор Налога на Землю (Stamp Duty Land Tax или SDLT). Ставка налога зависит от стоимости недвижимости или земли.

В России впервые гербовый сбор был установлен в 1699 году Петром I. С 1811 он был отнесен к ведению Министерства финансов и находился под контролем Главного управления неокладными сборами и казенной продажей питей, в состав которого входило особое гербовое казначейство для учета и хранения гербовой бумаги. В России по закону от 10 июня 1900 сбор разделялся на простой (пять разрядов) и пропорциональный, взыскивавшийся по сумме актов; последний в свою очередь подразделялся на вексельный (по 15 коп. с каждых 100 руб.) и актовый — двух окладов: высшего (по 40 коп. с каждых 100 руб. актов и документов до 10 000 руб. и по 4 руб. с каждой 1000 руб., превышающей 10 000 руб., а также по 4% с суммы процентных бумаг) и низшего (по 40 коп. с каждой 1000 руб).

В Советском государстве гербовый сбор начал взиматься с 16 февраля 1922 года и был отменен при проведении очередной налоговой реформы 1 октября 1930 года. В настоящее время при подаче заявлений физических и юридических лиц в судебные органы взыскивается государственная пошлина. Стоит отметить, что в Советском Союзе взимание гербового сбора было отменено в связи с введением единой государственной пошлины, однако в 1991 году гербовый взнос был вновь введен в России по операциям с ценными бумагами. Сейчас, гербовый сбор в РФ заменен на налог на операции с ценными бумагами.

Постановлением от 8 февраля 1991 года №87 «О ставках гербового сбора по операциям с ценными бумагами» предполагал ввод ставок по операциям с ценными бумагами при регистрации проспекта эмиссии ценных бумаг, а также с каждого участника сделки с ценными бумагами, при ставках 1 рубль с каждой тысячи рублей.

Также данным постановлением устанавливалось положение о поступлении гербового сбора в республиканский бюджет РСФСР.

Напоследок стоит сказать о перспективах развития и внедрения гербового сбора в Российской Федерации. Но для начала отметить его недостатки и преимущества. Серьезным недостатком гербового сбора является то, что он не на всех падает равномерно: число актов, сделок и других бумаг, оплачиваемых гербовым сбором и выпадающих на долю того или иного лица, вовсе не соотнобразуется с имущественным положением плательщика. С другой стороны гербовый сбор представляет и преимущества: под него могут быть подведены все случаи гражданской жизни, требующие письменного акта; взимание его удобно для публики, не требует особых правительственных органов, обходится казне дешево, упрощает государственную систему расчетов.

Тем не менее, современный сбор, взимаемых с лиц, указанных в статье 333.17 Налогового Кодекса Российской Федерации, называемый государственной пошлиной, позволяет собирать средства при обращении лиц в государственные и органы местного самоуправления. Государственная пошлина целиком и полностью отвечает требованиям современного налогового законодательства, поэтому применение гербового сбора в Российской Федерации нецелесообразно.

Список литературы:

- 1 Толкушкин А.В. История налогов в России А.В. Толкушин. – М.: Юристъ, 2001. – С. 17.
- 2 http://ru.wikisource.org/wiki/ЭСБЕ/Гербовый_сбор
- 3 http://www.wikiznanie.ru/ru-wz/index.php/Гербовый_сбор

Абакарова Р.Ш.

*ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт
народного хозяйства»*

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩИХ ТЕОРИЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

В данной статье рассматриваются основные идеи и теории налогообложения, существовавшие в различное время в государствах разной экономической формации.

Известные в настоящее время налоговые теории классифицируются следующим образом:

- общие – должны включать в себя такие учения, где производится изучение природы и характера налогов и налоговой системы в целом, а предметом исследования является обоснование отношений между хозяйствующими субъектами и государством по поводу установления и взимания налогов;

- частные – они должны включать в себя учения, где объект исследования – это определенный аспект налогообложения, который является серьезной проблемой и предметом исследования является обоснование отношения между хозяйствующими субъектами и населением в процессе решения этой проблемы.

Подробнее рассмотрим некоторые из них.

Теория эквивалентного обмена зародилась в условиях средневекового общества. Ею главная идея заключалась в том, чтобы определить сущность налогов как эквивалент платы граждан за охрану границ, поддержанию правопорядка, коррекции судопроизводства и т.д. покупаемые у государства. Налоговые выплаты в обмен на приобретение государственных услуг был воспринят учеными средневековья как акт свободного волеизъявления народа, результат которого является эквивалентным. [1]

Автоматическая теория налогов, или теория «общественного договора», появилась в эпоху просвещения в XVII–XVIII вв.; его основателями были французские просветители С. де Вобан (1633-1707) и Ш.Л. Монтескье (1689 – 1755), настаивали на договорной природе налога, согласно которой налоговые сборы граждан осуществлялись в результате заключения контракта граждан с государством.

Некоторые положения теории «общественного» договора используются также в **теории «фискального» договора**, авторы которых – английский философ Т. Гоббс (1588-1679), французские философы Вольтер (1694-1778) и О. Мирабо (1749-1791) – определяли сущность налога как цену, которую каждый гражданин должен платить из своего имущества, чтобы получить защиту для остальной части его и свободно пользоваться им.

Основное положение данной теории о налоге как части имущества, которую следует отдать государству, чтобы с большим удовольствием пользоваться оставшейся его частью, находит дальнейшее развитие в **теории налога как «наслаждения»**. Ее в начале XIX в. швейцарский экономист Ж. С. де Сисмонди (1773—1842) сформулировал так: фактор удовольствия перерастает в общественное наслаждение, которое каждый гражданин извлекает из общественных выгод, предоставляемых национальной защитой, правосудием, обеспечением охраны личности и имущества, народным просвещением и т.п., но наслаждение необходимо платить, а налог и есть та цена, которую уплачивает каждый гражданин за получаемое им наслаждение.[2]

Классическая теория налогов. Основой данной теории (ее еще называют теорией налогового нейтралитета) принято считать работы английских экономистов А. Смита (1723—1790) и Д. Рикардо (1772—1823). Основоположники классической школы ис-

следовали налоги в рамках разработанной ими теории трудовой стоимости и цены. Смит первым вплотную подходит к обоснованию положения, согласно которому стоимость, а следовательно, и цена любого товара складывается не только из затрат труда, но и прибыли, процента на капитал и земельной ренты, т.е. определяется совокупностью издержек производства.

Теория налога как жертвы. В основу данной теории легли практические идеи Средневековья, ассоциирующие уплату налога с жертвоприношением. Первое теоретическое представление *налога как жертвы* принадлежит физиократам, которые еще в середине XVIII в. использовали его жертвенную сущность для обоснования доминирующего значения ренты и единого налога на землю. При этом логика их была следующей: «...если государство всем народным богатством, всем своим достоянием обязано земле, природным силам, то и все жертвы, которые государство может требовать от народа, следует получать из этого же источника». [3]

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать следующие выводы:

1. Налоговая теория – это разработанная концепция, содержащая в себе основные принципы налогообложения.

2. На формирование налоговых теорий влияет общество и государственный строй, а они, в свою очередь формируют саму структуру государства.

Список литературы:

- 1 Барулин С.В. Теория и история налогообложения: Учеб. пособие. М.: Экономиста, 2006. С. 35.
- 2 Сисмонд де Сисмонди Ж.. Новые начала политэкономии. М., 1897. С. 149.
- 3 Янжул И.И. Основные начала финансовой науки. М., 1904. С. 49.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НАЛОГИ

В данном докладе рассматриваются основные понятия, связанные со взиманием экологических налогов. Экологические налоги - это налоги, связанные с охраной окружающей среды.

В последние годы экологические налоги как самостоятельный вид платежа за пользование невозполнимыми и пополняемыми природными ресурсами был утвержден в налоговых законодательствах различных зарубежных стран. В Российской Федерации же до сих пор в Налоговом Кодексе не утверждено понятие «экологический налог». Однако косвенно можно отнести к этому виду налога некоторые виды платежей, взимаемых на территории Российской Федерации.

В результате преобразований в налоговой системе России к экологическим налогам можно отнести следующие налоги:

1. Федеральные:

Налог на добычу полезных ископаемых;

Водный налог;

Сборы за пользование объектами животного мира и водными биологическими ресурсами.

2. Региональные и местные:

Транспортный налог;

Земельный налог.

Есть еще не налоговые платежи:

Плата за негативное воздействие на окружающую среду;

Плата за пользование лесными ресурсами.

Сегодня улучшение экологии невозможно без кардинального пересмотра подхода к методам сельскохозяйственного производства, добывающей промышленности, без

учета их влияния на экологию, здравоохранение, природопользование. Нерациональное использование земельных, водных и вообще всех природных ресурсов влечет за собой деградацию земель, загрязнение почвы, воды, воздуха. Нарушение всей экологической системы, которое негативно влияет как на климат, так и на здоровье людей. Ресурсные способности Земли истощаются, в то время, как население продолжает увеличиваться. Также в заключении необходимо сказать, что необходимо все-таки платежи за негативное воздействие на окружающую среду перевести из разряда платежей в разряд налогов. Тогда контроль над ними будут проводить налоговые органы, а не Росприроднадзор. [9]

В последние годы все чаще звучат заявления для владельцев автомобилей о введении экологического налога в России. Платить придется не за сам факт владения авто, а за выбросы CO₂ во время езды. Сегодня в России 47 процентов автомобилей старше 10 лет, а средний возраст транспорта в стране – около восьми лет. Сейчас в Российской Федерации все платят транспортный налог одинаково вне зависимости от того, как часто пользуются автомобилем, а с введением экологического налога те, кто ездит редко, будут платить меньше. Произойдет вынужденное обновление парка на автомобили с лучшей топливной экономичностью и меньшими выбросами CO₂. Автомобильной промышленности придется подстраиваться под новые нормы, уменьшая массу транспортных средств при разработке авто следующих поколений, имеющих сниженные выбросы CO₂.

Список литературы:

- 1 *Лысов Е.А.* Экологические платежи: действующая практика исчисления и уплаты. - Бухгалтерский учет и налоги NQ 2, 2013.
- 2 Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 г». (утв. Президентом РФ 30.04.2012). Официальный сайт Президента России www.kremlin.ru.
- 3 *Петрова Т.В.* Финансирование в сфере окружающей среды: новые и традиционные подходы. Изд. в журнале «Экологическое право» 2013 г. NQ.

Абакарова Р.Ш.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕПРЕДСТАВЛЕНИЕ НАЛОГОВОЙ ДЕКЛАРАЦИИ

Налоговый кодекс РФ предусматривает ряд налоговых правонарушений, детально определяя их признаки.

Среди налоговых правонарушений называются нарушение срока постановки на учет в налоговом органе, непредставление налоговой декларации и иных документов, неуплата или неполная уплата сумм налога, невыполнение налоговым агентом обязанности по удержанию и (или) перечислению налогов, неправомерное несообщение сведений налоговому органу и др. Одним из наиболее распространенных противоправных деяний является непредставление налоговой декларации (или предоставление с нарушением установленных сроков), ответственность за которое предусмотрена ст. 119 НК РФ, где установлены размеры штрафов в зависимости от того, сколько времени прошло после установленного срока подачи налоговой декларации. Так, просрочка до 180 дней влечет взыскание штрафа в размере 5 % суммы налога, подлежащей уплате (доплате) на основе этой декларации, за каждый полный или неполный месяц со дня, установленного для ее представления, но не более 30 % указанной суммы и не менее 100 рублей. Непредставление налогоплательщиком налоговой декларации в налоговый орган в течение более 180 дней по истечении установленного законодательством о налогах срока представления такой декларации влечет взыскание штрафа в размере 30 % суммы налога, подлежащей уплате на основе этой декларации, и 10 % суммы налога, подле-

жащей уплате на основе этой декларации, за каждый полный или неполный месяц, начиная со 181-го дня. Казалось бы, все понятно: если имеется факт непредставления или несвоевременного представления налоговой декларации, то налогоплательщик обязан выплатить соответствующий штраф. Однако, к определению его размера налоговые органы и плательщики подходят по-разному. А поскольку налоговые санкции взыскиваются только в судебном порядке (ст. 114 НК РФ), то размер штрафа зависит от того, как ст. 119 НК РФ будет истолкована судом. Налоговые органы полагают, что размер штрафа, налагаемого согласно ст. 119 НК РФ, зависит от указанной в несвоевременно поданной налоговой декларации суммы налога. Значит, если налоговая декларация представлена налогоплательщиком позже установленного срока, то для расчета суммы штрафа значение имеет лишь число, стоящее в строке «к уплате». И неважно, не ошибся ли налогоплательщик в расчетах, не занижил ли сознательно сумму: следует просто вычислить, чему равны 5 % суммы налога, проставленной в декларации, за каждый полный или неполный месяц непредставления налоговой декларации. Полученный результат – это и есть размер штрафа по ст. 119 НК РФ. Применим ли такой метод подход на практике?

Статья 81 НК РФ предусматривает обязанность налогоплательщика внести необходимые изменения и дополнения в налоговую декларацию при обнаружении им не отраженных или не полностью отраженных в начале сведений. Кроме того, налоговые органы при выявлении ошибок в заполнении документов (в том числе и налоговых деклараций) или противоречий между сведениями, содержащимися в представленных документах, обязаны сообщить об этом налогоплательщику и потребовать внести соответствующие исправления в установленный срок (ст. 88 НК РФ). Отсюда вывод: во избежание ошибок (в том числе взыскания штрафа в размере большем, чем следует) расчет штрафа по ст. 119 НК РФ должен осуществляться налоговыми органами на основе проверенных (уточненных) данных налоговой декларации. Предложенная налоговыми органами трактовка ст. 119 НК РФ позволяет недобросовестному налогоплательщику уйти от ответственности, а добросовестный налогоплательщик за ошибки при заполнении налоговой декларации может быть привлечен к ответственности. Представляется, такое толкование противоречит смыслу, заложенному законодателем в ст. 119 НК. Следует обратить внимание на следующее обстоятельство: в процессе применения ст. 119 НК РФ налоговые органы игнорируют принцип, закрепленный в ст. 3 НК РФ. А п. 7 той же статьи гласит: все неустранимые сомнения, противоречия и неясности актов законодательства о налогах и сборах толкуются в пользу налогоплательщика (плательщика сборов). Плательщик налога (сбора) не должен нести ответственность из-за возможного двойного толкования правовых норм, устанавливающих его обязанности по уплате налога и сбора. Полагаем, что данное утверждение справедливо и по отношению к нормам о взыскании штрафов. В новой редакции ст. 119 ответственность налогоплательщиков ужесточена, увеличен размер штрафа с 25 до 30% суммы налога, подлежащей уплате по декларации. Ужесточение законодателем ответственности за непредставление (несвоевременное представление) налоговых деклараций свидетельствует о массовых нарушениях налогоплательщиками сроков представления налоговых деклараций.

Список литературы:

- 1 *Чиякина Н. Г.* Налоговая ответственность за непредставление налоговой декларации // Бизнес в законе. 2009 г. № 2. С. 92-97.
- 2 *Селиванова Н. В.* Практика применения ответственности за непредставление налоговой декларации // Юристы компании «гарант». 2003 г. № 9.

Абдурагимова Р.М., Исаева Ш.М. доцент
Дагестанский государственный университет, г. Махачкала
**РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ И СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА
ПРЕДПРИЯТИЯ**

В данной статье рассматриваются понятия «рентабельности активов и собственного капитала», которые характеризуют эффективность использования активов и собственного капитала. Проанализирована необходимость расчетов таких показателей и рассмотрена определенная методика их анализа.

Рентабельность представляет собой относительный показатель финансовых результатов, который характеризует эффективность различных видов деятельности предприятия.

Актуальность данной темы заключается в том, что показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия в целом. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Показатели рентабельности являются важнейшими показателями, характеризующими порядок формирования прибыли предприятий и факторов, влияющих на ее величину. Поэтому необходимо изучить эти показатели, для проведения сравнительного анализа и оценки финансового состояния предприятия. [2]

Таким образом, рентабельность является одним из основных показателей оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Основными показателями рентабельности являются показатели рентабельности активов и собственного капитала. Рентабельность активов или капитала используется для характеристики эффективности всего имущества предприятия, а также применяется для определения уровня конкурентоспособности фирмы. Снижение рентабельности активов свидетельствует о падении спроса на продукцию (услуги) на рынке и об избытке активов.

По мнению авторов, Шеремета А.Д. и Негашаева Е.В., методика анализа рентабельности активов и собственных средств предприятия предполагает расчет таких показателей, как:

1. *Общая рентабельность активов (авансированного капитала) по бухгалтерской прибыли:*

$$\frac{П_{до н.о.}}{К} \quad (1),$$

где $П_{дон.о.}$ – прибыль до налогообложения; $К$ – средняя величина итога бухгалтерского баланса; на начало и конец года.

2. *Рентабельность активов по чистой прибыли:*

$$\frac{П_ч}{К} \quad (2),$$

где $П_ч$ – чистая прибыль.

3. *Рентабельность производственных активов (имущества) по общей бухгалтерской (или чистой) прибыли:*

$$\frac{П_{до н.о.}}{Кп} \quad (3),$$

где $Кп$ — средняя величина производственных активов (имущества), включая основные производственные средства, нематериальные активы и запасы.

Все три показателя, называемые *экономической рентабельностью*, используются для расчета экономической эффективности инвестиций и в целом хозяйственной деятельности.

4. *Рентабельность собственного капитала по бухгалтерской прибыли (или по чистой прибыли):*

$$\frac{\Pi_q}{СК} \quad (4),$$

где СК – средняя величина собственного капитала как итога раздела III баланса «Капитал и резервы», или уточненного реального собственного капитала (чистых активов).

Этот показатель называют *финансовой рентабельностью*, поскольку он определяется эффективностью не только использования активов, но и управления капиталом (собственным и заемным). [1]

Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы организации в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, предпринимательской, инвестиционной), окупаемость затрат и т.д. Их используют для оценки динамики развития, в сравнительном анализе с показателями других организаций.

Многообразие показателей рентабельности определяет альтернативность поиска путей ее повышения. При проведении анализа путей повышения рентабельности необходимо разделять влияние внутренних и внешних факторов. В целом одним из условий процветания любой организации является расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары, но это не всегда так. Поэтому больше внимание необходимо внутренним факторам, таким как: увеличение объемов производства, повышение отдачи основных средств, снижение себестоимости продукции.[3]

Список литературы:

1. *Шеремет А.Д., Негашев Е.В.* Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Инфра-М, 2008. — 208 с.
2. *Бердников А. А.* Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект // Молодой ученый. — 2013. — №2. — С. 111-113.
3. *Курова Г.М.* Рентабельность экономических организаций и уровень развития партнерства // Российское предпринимательство. — 2011. — № 8 Вып. 1 (189). — с. 69-74.

Азарова Л.В., доцент, Тойтонова Т.Е.

ФГБОУ ВПО «Якутская государственная сельскохозяйственная академия»

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ООО «НАМ» ВЕРХНЕВИЛЮЙСКОГО УЛУСА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

В статье изложены результаты анализа использования трудовых ресурсов на примере конкретного предприятия и даны рекомендации по результатам проведенного исследования.

Объектом исследования и проведения факторного анализа эффективности использования трудовых ресурсов было выбрано общество с ограниченной ответственностью «Нам» Верхневиллюйского улуса Республики Саха (Якутия).

Согласно методике Савицкой Г.В., наиболее обобщающим показателем эффективности использования трудовых ресурсов является производительность труда, т.е. среднегодовая выработка продукции одним работником. Ее величина зависит не только от выработки рабочих (ЧВ), но и от удельного веса последних в общей численности персонала (Уд), а также от количества отработанных ими дней (Д) и продолжительности рабочего дня (П). Расчет влияния данных факторов произведем одним из способов детерминированного факторного анализа по модели вида: $ГВ = Д \cdot П \cdot ЧВ$ [1, с. 30]

На основании данных таблицы 1 проведем анализ среднегодовой выработки одним работником, используя способ абсолютных разниц.

При анализе было выявлено влияние следующих факторов на изменение среднегодовой выработки на одного рабочего:

1) изменение количества отработанных дней
 $\Delta ГВ(Д) = \Delta Д \cdot П_0 \cdot ЧВ_0 = 56 \cdot 7,14 \cdot 53,9 = 21,5$ тыс. руб.;

Таблица 1

Исходные данные для факторного анализа
 производительности труда ООО «Нам»

Показатели	Годы			2013г. к (+, -)	
	2011	2012	2013	2011	2012
Выручка от реализации, тыс. руб.	6729	2695	6939	210	+4244
Среднесписочная численность рабочих, чел.(ЧР)	32	31	32	-	+1
В том числе рабочих	29	16	17	-12	+1
Удельный вес рабочих в общей численности работников,% (Уд)	90,6	51,6	53,1	-37,5	+1,5
Отработано дней одним рабочим за год (Д)	250	225	281	31	+56
Среднее продолжительность рабочего дня, час. (П)	6,9	7,14	6,2	-0,7	-0,94
Общее число отработанных всеми рабочими за год тыс.чел-дней	8	7	9	1	+2
Общее число отработанных всеми рабочими за год тыс. чел.-час. (Т)	55	50	56	1	+6
Одним рабочим, чел. - ч.	1725	1606,5	1742,2	17,2	+135,7
Среднегодовая выработка на1 работника, тыс. руб. (ГВ)	210	87	217	7	+130
Выработка рабочего: Среднегодовая, тыс. руб. (ГВ)	232	168	408	176	+240
Среднедневная, руб. (ДВ)	134,4	104,5	234,1	99,7	129,6
Среднечасовая, руб.(чв)	122	53,9	123	1	+69,1

2) изменение продолжительности рабочего дня
 $\Delta ГВ(П) = Д_1 \cdot \Delta П \cdot ЧВ_0 = 225 \cdot (-0,94) \cdot 53,9 = -11,4$ тыс. руб.;

3) изменение часовой выработки
 $\Delta ГВ(ЧВ) = Д_1 \cdot П_1 \cdot \Delta ЧВ = 281 \cdot 6,2 \cdot 69,1 = 68,1$ тыс. руб.
 $\Delta ГВ = \Delta ГВ(Д) + \Delta ГВ(П) + \Delta ГВ(ЧВ) = 78,2$ тыс. руб.

Итак, результаты расчетов позволяют сделать нам следующие выводы:

1) За счет увеличения количество отработанных дней одним рабочим на 56 дней в году, среднегодовая выработка увеличилась за анализируемый период на 21,5тыс.руб.

2) За счет сокращения продолжительности рабочего дня на 0,94 часа, произошло уменьшение величины среднегодовой выработки на 11,4 тыс. руб.

3) Наиболее сильное влияние на повышения среднегодовой выработки на одного рабочего оказало изменение среднечасовой выработки рабочих, которая увеличилась на 69,1 руб. Изменение этого фактора привело к росту среднегодовой выработки на одного рабочего в размере 68,1 тыс. руб.

4) В целом все вышеперечисленные факторы увеличили значение среднегодовой выработки рабочих на 78,2 тыс. руб.

Принято различать два направления роста производительности общественного труда – экстенсивное (осуществляющееся только за счет снижения трудоемкости производства, при неизменном или даже уменьшающемся количестве продукции) и интенсивное – сопровождающееся увеличением выхода продукции. Учитывая это можно считать основными путями повышения производительности труда в сельском хозяйстве следующие:

- Рост фондовооруженности труда. Повышение уровня технической оснащенности сельского хозяйства является материальной основой роста производительности труда.

- Повышение интенсивности использования основных средств. Производительность труда находится в прямой зависимости не только от уровня его фондовооруженности, но и от интенсивности использования основных средств. В частности, более интенсивное использование машин т. е. увеличение продолжительности нахождения их в работе может быть обеспечено за счет сокращения простоев главным образом, за счет сокращения простоев по техническим и организационным причинам.

Таким образом, рекомендованные в работе мероприятия позволят повысить удовлетворенность сотрудников работой, снизить текучесть кадров и повысить их потенциал, а так же повысить эффективность деятельности общества.

Список литературы:

1 Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 284 с

*Азарова Л.В., доцент, Третьякова А.Л.
ФГБОУ ВПО «Якутская государственная
сельскохозяйственная академия»*

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ СППК «АММА» АМГИНСКОГО УЛУСА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

В статье изложены результаты анализа производства и реализации продукции сельскохозяйственного перерабатывающего предприятия Республики Саха (Якутия) и выявлены резервы по его увеличению.

СППК «Амма» производит и реализует мясные и молочные продукты собственного приготовления из молока местных фермерских хозяйств.

Данные для факторного анализа производства и реализации продукции СППК «АММА» представим в таблицах 1 и 2.

На основании данных показателей рассчитываем изменения объема выпуска продукции в 2013 году по сравнению с 2012 годом за счет следующих факторов:

- за счет изменения выпуска продукции в натуральных единицах:

$$\Delta V_{ВП} (ВП) = V_{ВП_{усл}} - V_{ВП_{2012}} = 244664,62 - 106568 = 138096,62 \text{ тыс.руб.}$$

- за счет изменения цены единицы продукции:

$$\Delta V_{ВПц.} = V_{ВП_{2013}} - V_{ВП_{усл}} = 111483 - 244664,62 = -133181,62 \text{ тыс.руб.}$$

- Общее изменение объема производства продукции:

$$\Delta \text{VВП}_{\text{общ}} = \text{VВП}_{2013} - \text{VВП}_{2012} = 111483 - 106568 = 4915 \text{ тыс.руб.}$$

Таблица 1.

Исходные данные для оценки изменения выпуска продукции
за 2012-2013 года

Наименование продукции	Объем выпуска продукции,		Цена за единицу продукции, руб.		Структура выпускаемой продукции, %	
	2012	2013	2012	2013	2011	2012
1.Мясо и субпродукты пищева- вых уб.жив, т	108	90	209,9	286,96	7,48	5,85
2.Полуфабрикаты мясные, т	20	27	184,89	174,81	1,38	1,75
3.Цельномолочная продукция, т	808	851	35,57	18,29	55,95	55,19
4.Масло сливочное, т	180	190	735,32	813,26	12,47	12,32
5.Нежирная продукция, т	58	64	42,08	25,81	4,01	4,15
6.Фруктово-ягодные консервы, т	5	6	90,5	102,16	0,35	0,39
7.Безалкогольные напитки, т	19	5	160,12	108,6	1,32	0,32
8.Минеральная вода, т	246	306	6	3,58	17,04	19,84
9.сыр,т	-	3	-	984,5	-	0,19
ИТОГО:	1444	1542	-	-	100,0	100,0

Таблица 2.

Вспомогательные расчеты по факторному анализу

Наименование продукции	Объем производства, тыс.руб.		Объем производства при це- не 2012 года
	2012	2013	
	$V\Pi_0$	$V\Pi_1$	$V\Pi_{\text{усл}}$
1.Мясо и субпродукты пищевых уб.животных, т	29910	27202	18891
2.Полуфабрикаты мясные, т	3629	4995	49920,03
3.Цельномолочная продукция,ц	22840	13775	30270,07
4.Масло сливочное, т	44705	57121	139710,8
5.Нежирная продукция, т	2855	3341	2693,12
6.Фруктово-ягодные консервы, т	433	720	543
7.Безалкогольные напитки, т	578	1417	800,6
8.Минеральная вода, т	1618	1834	1836
9.Сыр, т	-	1048	-
ИТОГО:	106568	111483	244664,62

Итак, можно сказать, что в целом изменение объема производства продукции СППК «Амма» составляет 4915 тыс. руб. в сторону увеличения. Что в основном зависит от увеличения выпуска продукции в натуральном выражении, а цены влияют отрицательно, так как объем производства снижается на 133181,62 руб.

Таблица 3.

Исходные данные для оценки изменения реализации продукции за 2012-2013 года

Наименование продукции	Объем реализации продукции,		Цена за единицу продукции, руб.		Структура реализованной продукции по Впрод.пр, %	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
1. Мясо и субпродукты пищевых уб.жив, т	121	96	209	286,97	8,43	6,2
2. Полуфабрикаты мясные, т	19	27	184,89	174,81	1,33	1,74
3. Цельномолочная продукция, т	808	851	35,58	18,29	56,27	54,97
4. Масло сливочное, т	171	196	732,32	813,26	11,9	12,67
5. Нежирная продукция, т	58	64	42,08	25,81	4,03	4,14
6. Плодово-ягодные консервы, т	6	6	86,6	102,17	0,42	0,39
7. Безалкогольные напитки, т	4	5	137,5	108,6	0,28	0,32
8. Минеральная вода, т	249	301	6,58	3,59	17,34	19,44
9. Сыр, т	-	2	-	984,5	-	0,13
ИТОГО:	1436	1548	-	-	100,0	100,0

Таблица 4.

Вспомогательные расчеты по факторному анализу

Наименование продукции	Объем реализации, тыс.руб.		Объем реализации при цене 2013 года
	2012	2013	
	$РП_0$	$РП_1$	$РП_{усл}$
1. Мясо и субпродукты пищевых уб. животных	29985	29795	1. Мясо и субпродукты пищевых уб. животных
2. Полуфабрикаты мясные	3638	4965	2. Полуфабрикаты мясные
3. Цельномолочная продукция	22840	13775	3. Цельномолочная продукция
4. Масло сливочное	41921	57125	4. Масло сливочное
5. Нежирная продукция	2855	3341	5. Нежирная продукция
6. Плодово-ягодные консервы	555	679	6. Плодово-ягодные консервы
7. Безалкогольные напитки	555	646	7. Безалкогольные напитки
8. Минеральная вода	1637	1640	8. Минеральная вода
9. Сыр	-	797	9. Сыр
ИТОГО:	103986	112760	ИТОГО:

Объем реализации продукции в динамике изменился на 8774 тыс.руб.

На основании данных показателей таблиц 3 и 4, рассчитываем изменения объема реализации продукции в 2013 году по сравнению с 2012 годом за счет следующих факторов:

- за счет изменения реализации продукции в натуральных единицах:

$$\Delta \text{VRП}_{\text{рп}} = \text{VRП}_{\text{усл}} - \text{VRП}_{2012} = 959,83 - 103986 = -103026,17 \text{ тыс.руб.}$$

- за счет изменения цены единицы продукции:

$$\Delta \text{VRП}_{\text{ц}} = \text{VRП}_{2013} - \text{VRП}_{\text{усл}} = 112760 - 959,83 = 111800,17 \text{ тыс.руб.}$$

-Общее изменение объема реализации продукции:

$$\Delta \text{VRП}_{\text{общ.}} = \text{VRП}_{2013} - \text{VRП}_{2012} = 112760 - 103986 = 8774 \text{ тыс.руб.}$$

Итак, вспомогательные расчеты по факторному анализу показали, что за счет изменения реализации продукции в натуральных единицах выручка уменьшилась на 103026,17 тыс.руб. а за счет изменения цены единицы продукции получили прибавку на сумму 111800,17 тыс.рублей.

В 2013 году на исследуемом предприятии было намечено увеличить объем производства сельскохозяйственной продукции на 1,49% или на 22 тонны и годовой выпуск составит 1516 тонны. Реализованная продукция по плану составляла 1494 тонны.

Определим резерв увеличения выпуска продукции в денежном выражении за счет увеличения объема выпуска продукции в натуральных единицах по следующей методике:

$$\text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{вп}} = \text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{н.ед.}} * \text{Ц}_{2013} = 1,49 * 314,75 = 468,97 \text{ тыс.руб.}$$

Увеличение объема выпуска продукции в денежном выражении, за счет увеличения объема выпуска продукции в натуральном выражении получаем резерв выпуска продукции на сумму 468,97 тыс.руб.

Рассчитаем резерв увеличения выпуска продукции за счет цены, если допустим, что цены возрастут в среднем на 5%:

$$\text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{ц}} = \text{ВП}_{2012} * \text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{ц}} = 1543 * 13,9 = 21447,7 \text{ тыс.руб.}$$

Благодаря увеличению цены за каждый вид продукции на 5%, сумма валовой прибыли/убытка уменьшился бы на 21447,7 тыс.руб. что привело бы в итоге к конечной сумме, в размере -69469,3 тыс.руб, напротив 90917 тыс.руб.

Вычислим общий резерв увеличения выпуска продукции:

$$\text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{общ}} = \text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{вп.}} + \text{Р}\uparrow\text{ВП}_{\text{ц}} = 468,97 + 21447,7 = 21916,67 \text{ тыс.руб.}$$

Исходя из данных вычислено, что резерв увеличения выпуска продукции составляет 21916,67 тыс.руб. значит, только на увеличении выпуска продукции предприятие может повысить выручку на сумму 21916,67 тыс.руб.

Определяем резерв увеличения реализации продукции в денежном выражении за счет увеличения объема реализации продукции в натуральных единицах по следующей методике:

$$\text{Р}\uparrow\text{РП}_{\text{рп}} = \text{Р}\uparrow\text{РП}_{\text{н.ед.}} * \text{Ц}_{2013} = 99 * 314,75 = 31160,25 \text{ тыс.руб.}$$

За счет увеличения, на предприятии, объема реализации продукции в натуральных единицах обнаруживаем резерв в размере 31160,25 тыс.руб.

Вычислим общий резерв увеличения реализации продукции:

$$\text{Р}\uparrow\text{РП}_{\text{общ}} = \text{Р}\uparrow\text{РП}_{\text{рп.}} + \text{Р}\uparrow\text{РП}_{\text{ц}} = 12,37 + 126,8 = 1568,516 \text{ тыс.руб.}$$

Итого, в общем, резерв по увеличению выпуска продукции получается в размере 1568,516 тыс.руб.

По данным этих расчетов, резерв по выпуску продукции у предприятия есть. Их надо использовать качественнее.

Список литературы:

- 1 Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – 284 с

*Акимова Л.В. д.э.н., профессор; Сахарова Л.А. к.э.н. профессор;
Савинкина Л.А. к.э.н., доцент; Николаев Д.В. к.э.н., доцент
ДВФУ г. Владивосток*

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В ПЕРИОД С 2008 ПО 2012 ГОДЫ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Таблица 1.

Основные социально-экономические показатели
Приморского края за 2008 по 2012 годы.¹

Показатели	2008	2009	2010	2011	2012	2012г. в % к 2008
1. Численность постоянного населения (на конец года) в тыс. чел.	1969,6	1965,2	1953,5	1950,5	1947,3	98,9
2. Естественный прирост, убыль(-) населения, тыс. чел.	-6,3	-4,0	-4,8	-4,1	-2,1	-33,3
- на 1000 чел. населения	-3,2	-2,1	-2,5	-2,1	-1,1	-0,34
3. Миграционная убыль (-) населения, тыс. чел.	-0,9	-2,0	-7,0	1,1	-1,1	-1,22
4. Среднегодовая численность занятых в экономике, тыс. чел.	977,7	977,8	980,1	983,5	982,6	100,5
5. Численность безработных (по методологии МОТ) ¹ тыс. чел.	83,4	107,6	104,8	87,4	72,9	87,4
6. Численность безработных, регистрируемых в госслужбах занятости (в среднем за год) тыс. чел.	30,6	37,6	30,5	23,3	19,6	64,1
7. Численность пенсионеров на начало года, следующего за отчетным, тыс. чел.	512,5	518,0 ²	523,9	527,1	530,8	103,6
8. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в организациях, рублей	16805	18997	21889	24423	27445	16,33
9. Средний размер месячных пенсий на начало года, следующего за отчетным, рублей	4600	6266 ²	7698	8408	9326	202,8
10. Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, рублей	12927	15486	17298	19160	20963 ³	162,0
11. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, в % от общей численности населения.	21,4	18,8	16,3	15,7	14,9 ³	69,6 (-6,5%)

Примечание: 1) включаются лица по месту пребывания на срок 9 месяцев и более.

2) на 31.12.2009г.

3) предварительные данные

Анализ таблицы 1 свидетельствует о том, что в Приморском крае продолжается отток численности постоянного населения. Так, на конец 2012 г. он составил 22,3 тысяч чел. или 2,1 % или 33,3 % к уровню 2008г. А, миграционная убыль населения в тыс. чел. в 2012 г. была зафиксирована -1,1% или к уровню 2008 г. -1,22%. И наоборот сред-

¹ Приморский край. Социально-экономические показатели. Официальное издание, Владивосток. Статистический ежегодник 2013 год. с. 25

негодная численность занятых в экономике края была учтена в размере 100,5 %, что является положительным. Но это явилось результатом того, что в край прибыли жители бывших союзных республик.

Одновременно с этим в крае ежегодно фиксируется большое число безработных так, если в 2008г. их было 83,4 тыс. чел., то в 2012 году было уже 87,4 тыс. чел. Численность же безработных, зарегистрированных занятости (в среднем за год) в 2012 в госслужбе составила -19,6 тыс. чел. или 64,1 % к уровню 2008г. на 3,6 % и составила 530,8 тыс. чел.

Среднемесячный размер пенсий увеличился в 2012 г. по сравнению с 2008 г. и составил 202,8% к уровню 2008г. (это 9326 руб.). Среднедушевые денежные доходы населения так же выросли и составили в 2012 г. по сравнению с 2008г. -162% к уровню. Денежные доходы ниже величины прожиточного минимума в % от общей численности населения в 2012 г. были зафиксированы у 14,9 %, что составило к уровню 2008г. - 69,6%, т.е. немного возросли по сравнению с 2008г.²²

Рост числа безработных по методологии МОТ на 4,0 тыс. чел. в 2012 г. по сравнению с 2008 годом вызвана старением жителей края, а также тем, что в крае были закрыты 15-10 лет назад почти все промышленные предприятия такие как шахты по добыче угля, швейные и кондитерские фабрики, мясомолочные производства, а также крупные предприятия военно-промышленного комплекса. Молодежь стремится уезжать в другие регионы в поисках работы, а те, что остаются занимаются мелким ремеслом, подсобным хозяйством, предпринимательством³ и отдельными заработками. Молодежи некуда девать свою энергию, в малых городах закрыты вузы. Так, например в г. Партизанске в бывшем центре добычи угля Приморского края где до 2000-2005 г. действовали более 20 угольных шахт в т.ч. с вкраплением различных ценных металлов (Германием, например и др.) были закрыты все шахты, закрылись и все другие предприятия. Специалисты были вынуждены искать работу в других регионах России и за рубежом. В 2012 г. был закрыт единственный филиал ДВФУ, снижен набор студентов в горный техникум. Были закрыты 2 ПТУ и осталось одно училище № 17, которое в 2014 г. решено соединить с Горным техникумом. Однако в г. Партизанске до сих пор проживает около 50,0 тыс. чел.⁴

А, где будут учиться дети бывших горняков, шахтеров, учителей, если нет заработков? При высокой стоимости обучение- в ДВФУ – (154 тыс. руб. в год) на о. Русский, куда сложно не только поступить, но и оплачивать обучение. Опыт показывает, что отсутствие культурных центров в малых городах приводит не только к росту преступности среди молодежи, но и к наркомании и пьянству. Так, например в Приморском крае число осужденных в 2012 г. составило 6868 чел. в т.ч. за убийство -100 чел.; за умышленное причинение вреда здоровью – 312 чел.; за изнасилование – 40 чел.; Преступления против собственности -4139 чел.; из них кражи -2494 чел.; За обращение с наркотическими веществами и психотропными средствами – 926 чел.; за хулиганство -13 чел.⁵

Так, в 2012 г. было выявлено 16235 чел., совершивших различные преступления. Из них 13783 мужчин и 2452 женщин. По возрасту им было лет от 14-15 – 543 чел.; от 16-17 – 826 чел.; от 18-24 – 3946 чел.; от 25-29 – 3033 чел.; от 30-49 – 6781 чел.; от 50 и старше – 1106 чел. Из них рабочие – 3135 чел.; служащие – 230 чел.; учащиеся студен-

² Приморский край. Социально-экономические показатели. Официальное издание, Владивосток. Статистический ежегодник 2013 год. с. 25

³ Там же, с. 25.

⁴ Приморский край. Основные показатели деятельности городских округов и муниципальных районов, официальное издание, Владивосток, 2013г. с. 14.

⁵ Там же, с. 158.

ты – 1104 чел.; лица без постоянного источника дохода – 11223 чел.; из них безработных – 607 чел.⁶

Анализ числа безработных за 2009-2012 г. в Приморском крае свидетельствует о их некотором снижении. Так, если уровень безработицы в 2009г. составлял 9,5 % то в 2012 г. – 6,9 %. А экономически активное население в 2012 г. составило 1060,9 тыс. чел. в место 1087,9 тыс.чел. т.е. уменьшение составило 27,0 тыс.чел. из них занятые трудом – 988,0 т.чел., и безработные 72,9 тыс. чел. Экономически неактивное население – 492,5 тыс. чел. А уровень экономической активности составил 68,3 %, уровень занятости – 63,6%, в том числе у мужчин – 69%, а у женщин – 58,5 %⁷. Из них имеют высшее профессиональное образование -15,4% и среднее профессиональное образование - 25,5%, среднее полное (общее) – 27,9%, основное общее – 13,3%. Следовательно, имеют начальное общее и не имеют его только 3,5% жителей края.⁸

Так, число безработных в 2012 г. составило 72,9 тыс. чел., т.е. уменьшилось на 14,5 тыс.чел. из числа безработных имеют опыт работы -58,4 тыс. чел. в т.ч. в сельском хозяйстве – 7,6 %, в рыболовстве – 1,5, в добыче полезных ископаемых -4,6%, в обрабатывающих производствах -6,9%, в производстве и распределении э/энергии, газа и воды -2,4 %, в строительстве -4%, в торговле, ремонте, а на производстве, бытовых изделий -10,5 %, в транспорте, связи -5,5%, в гос. управлении и обеспечении военной безопасности -6,8 %, в системе образования -3,2%, в здравоохранении -2,4%. и др. Не имеют опыта работы только 14,5% безработных⁹.

Таким образом, основной проблемой дальнейшего социально-экономического развития Приморского края является организационно-творческая работа по открытию и эффективному развитию новых производств и предприятий в целях создания рабочих мест и, таким образом, закрепления трудоспособного населения в г. Владивостоке, средних и малых городах края.

Нам представляется, что эта проблема прежде всего должна решаться в органах региональной и муниципальной власти. Руководителям же крупных, средних и малых предприятий необходимо: 1) Обновить материально-техническую и технологическую базу основного и вспомогательного производства. 2) Оборудовать рабочие места средствами технической безопасности, усилить контроль и обеспечить обучение работающих правильному использованию техническими средствами безопасности. 3) Провести реконструкцию старых домов культуры, библиотек, спортивных комплексов и сооружений, стадионов, дворцов (домов) культуры, пропагандировать и поощрять проведение культурных мероприятий, спортивных соревнований, конкурсов и других мер, с тем, чтобы увлечь молодежь творческой деятельностью, шире привлекая их и общественно-полезному труду.

Акимова Т.В., к.э.н., доцент

Саратовский социально-экономический институт

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

На основе анализа состава и структуры доходов местных бюджетов проведена оценка существующей системы формирования их доходов, выявлены основные проблемы и предложены пути решения.

В современных условиях органы местного самоуправления обеспечивают удовлетворение основных жизненных потребностей населения в сферах, отнесенных к веде-

Приморский край. Основные показатели деятельности городских округов и муниципальных районов, официальное издание, Владивосток, 2013г. с. 14.

⁷ Там же, с 75.

⁸ Там же, с 77.

⁹ Там же, с 78.

нию муниципальных образований. При этом круг финансовых мероприятий постоянно расширяется: в настоящее время за счет средств местных бюджетов финансируется не только образование, здравоохранение, коммунальное хозяйство, строительство и содержание дорог, но и мероприятия по правопорядку, внутренней безопасности, охране окружающей среды. Очевидно, что органы местного самоуправления должны обеспечить комплексное развитие своих местностей, производственной и непроизводственной сфер. Так как местные органы власти по большому счету обеспечивают решение всего комплекса проблем жизнеобеспечения населения, они должны обладать достаточными средствами для осуществления социальной и экономической политики.

При формировании бюджета, в том числе местного, необходимо основываться на основополагающих принципах. Одним из основных принципов построения и функционирования бюджетной системы РФ принято считать принцип самостоятельности бюджетов.

Данный принцип предусматривает, что расходы каждого бюджета должны покрываться его доходами. Однако, анализ бюджетов на местном уровне свидетельствует о том, что принцип самостоятельности не получает до сих пор достаточного практического подтверждения.

Сегодня главной особенностью процессов формирования доходов местных бюджетов Российской Федерации является закрепление за бюджетами органов местного самоуправления помимо местных налогов долей доходных источников от федеральных и региональных налогов, а также наличие механизма перечисления средств из вышестоящих бюджетов в форме межбюджетных трансфертов.

Недостаток налоговых и неналоговых доходов местных бюджетов для финансирования деятельности органов местного самоуправления компенсируется значительными объемами дотаций и других видов финансовой помощи местным бюджетам, которые в соответствии с Бюджетным Кодексом относятся сегодня к собственным доходам бюджетов.

Ст. 47 Бюджетного кодекса дает четкое определение собственных доходов бюджетов, в том числе местных, включая в них все виды доходов бюджета: налоговые, неналоговые доходы, а также безвозмездные поступления за исключением субвенций. Такая структура собственных доходов определяется тем, что переданные в бюджет на безвозмездной основе средства поступают в распоряжение публично-правового образования и используются на финансирование его собственных расходных обязательств.

Вместе с тем, при таком подходе «затушевывается» проблема зависимости местных бюджетов от бюджетов вышестоящего уровня, а также увеличения дотационности муниципальных образований и количества дотационных бюджетов.

Существенным отличием европейской мысли в вопросе финансовой автономии органов местного самоуправления от позиции российских экономистов является как раз определение собственных доходов местных бюджетов. В Рекомендациях 7-й сессии Конгресса местных и региональных властей Европы собственные ресурсы местных органов власти трактуются исключительно как финансовые средства, получаемые в результате принятия местными органами власти самостоятельных решений.

Собственные доходы местных бюджетов РФ, которые являются средствами муниципальных образований для решения вопросов местного значения, снизились в 2012 году по сравнению с 2011 годом (на 5,0 млрд. руб. или 0,2%), за счет снижения объемов межбюджетных трансфертов местным бюджетам, в частности, дотаций, и составили 2244,8 млрд. руб.¹⁰

¹⁰ Информация о результатах мониторинга местных бюджетов Российской Федерации по состоянию на 1 января 2013 года (период мониторинга – 2012 год) [Электронный ресурс].- Режим доступа URL:<http://www.minfin.ru>

В общем объеме поступивших в 2012 году собственных доходов местных бюджетов налоговые и неналоговые доходы составляют 53,4%, межбюджетные трансферты (без учета субвенций) – 46,6%.

В общем объеме доходов местных бюджетов в 2012 году доля межбюджетных трансфертов составила 61,8% или 1938,6 млрд. рублей (в 2011 году – 60,7% или 1798,2 млрд. рублей).

Концентрируя усилия на распределении финансовых ресурсов между уровнями власти, государство упускает из виду следующее обстоятельство. Каждый уровень управления должен обеспечивать реализацию своих функций. Для этого он должен быть наделен определенными полномочиями и иметь необходимые и достаточные ресурсы. Следовательно, от законодательно установленного порядка разграничения налоговых полномочий зависит величина налоговой базы, находящейся в распоряжении соответствующего публично-правового образования.

Сглаживание дисбалансов бюджетов, осуществляемое в настоящее время преимущественно через механизм финансовой помощи, предоставляемой из вышестоящего бюджета, должно быть дополнено выравниванием доходов бюджетов через механизм закрепления налоговой базы за соответствующим уровнем власти. Преимуществом такой новации является то, что пополнение региональных и местных бюджетов ставится в зависимость от экономического потенциала территорий. Это способствует усилению финансовой самостоятельности субфедеральных властей.

Для этого необходимо создание института финансовой эквализации¹¹.

Под эквализацией следует понимать многопараметрическую оптимизацию, нацеленную на нахождение оптимального соотношения (баланса) распределения полномочий по управлению налоговой базой между уровнями власти по вертикали и по горизонтали властных отношений.

Институт финансовой эквализации позволяет осуществить выравнивание предельной полезности дохода на межрегиональном уровне, благодаря чему обеспечивается справедливое перераспределение средств при формировании доходов субфедеральных и местных бюджетов.

В целом важным представляется смена парадигмы финансовой автономии местных бюджетов на снижение зависимости органов местного самоуправления от финансовых ресурсов и решений вышестоящих уровней бюджетной системы Российской Федерации, что позволит решать вопросы укрепления финансовой базы местных бюджетов, поскольку именно на уровне муниципальных образований решаются многие вопросы развития территорий, отнесенные в том числе действующим федеральным законодательством к местным вопросам.

Предлагаемые пути развития финансовой самостоятельности муниципалитетов, возможно, позволят повысить их финансово-экономическую независимость, что в итоге окажет существенное влияние на повышение качества жизни населения.

Алексеевко А.А.

ССЭИ (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СМК ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях функционирования предприятий в связи с массовым внедрением концепции TQM (всеобщее управление качеством) проблема стратегического планирования относится к наиболее актуальным.

¹¹ Пинская М.Р. Инновационные методы повышения финансовой самостоятельности территорий// Финансы и кредит. 2013. № 34. С.31.

Существующие теоретико-методологические аспекты менеджмента требуют поиска новых путей и методов совершенствования систем управления промышленным предприятием, базирующихся на теории эволюции сложных систем и развитием научных направлений, в частности теории систем, синергетики и кибернетики. Основным результатом развития вышеупомянутых направлений является стратегическое планирование в СМК. СМК охватывает все сферы функционирования организации (маркетинг, продвижение продукции, продажи, производство, управление персоналом и пр.) и представляет собой целостную систему. Выделение стратегического планирования как одного из процессов системы менеджмента качества ориентирует организацию на приоритетность качества, устойчивого развития и совершенствования направлений деятельности.

Проблемы стратегического планирования являлись предметом исследований многих российских и зарубежных ученых. Исследования в области стратегического планирования в общем менеджменте представлены в работах таких ученых, как Р. Акофф, И. Ансофф, Л. Е. Басовский, К. Боумен, В. А. Винокуров, О. С. Виханский, И. О. Волкова, Г. Я. Гольдштейн, А. Л. Гапоненко, А. М. Гершун, У. Е. Деминг, Дж. Джуран, В. Н. Зиновьев, Т. Ю. Иванова, А. А. Томпсон, Дж. Траут, Р. Каплан, В. С. Каткало, Е. А. Кобец, Ф. Котлер, Ф. Кросби, М. Л. Разу, М. Мескон, Г. Минцберг, А. Дж. Стрикленд, Ф. Е. Удалов, С. Г. Фалько, Р. А. Фатхутдинов, Л. С. Шеховцева и др. Проблемы стратегического планирования в управлении качеством исследованы в работах: В. Я. Белобрагина, Д. В. Блинова, Е. Б. Гаффровой, С. А. Гладышева, Е. А. Горбашко, Э.У. Деминга, В. Г. Елиферова, В. А. Качалова, В. В. Левшиной, Е. Н. Михеевой, В. Ю. Огвоздина, В. В. Репина, Т. А. Салимовой, А. Е. Хачатурова и др.

Этапы процесса стратегического планирования были рассмотрены с направлением общего менеджмента и с учетом подхода в области управления качеством и Дж. Джурана, и на этой основе определены основные этапы и построена модель процесса стратегического планирования в СМК с помощью методологии ГОЕБО. Содержание процесса стратегического планирования в СМК рассмотрено с точки зрения международных стандартов ИСО 9000:2005, ИСО 9001:2008 и ИСО 9004:2009, ИСО 10005:2005. Стандартизация в области стратегического планирования в СМК облегчает понимание его содержания в теоретическом аспекте и в практическом – детализации функционирования процесса стратегического планирования в СМК в части установления единых общепринятых норм, правил и регламентов в данном направлении.

Интерес к повышению эффективности деятельности предприятий и процессному управлению связан с начальным этапом развития методов моделирования и автоматизации бизнес-процессов, который относят к 1920 гг. XX в. и связывают с именем Ф.Тейлора («Принципы научного управления»). Впервые была осознана необходимость исследовать бизнес-процессы, описывать их в различных документах с использованием текстовых, табличных и графических изображений. Концепция непрерывного усовершенствования процессов предприятия (CPI – Continuous Process Improvement), развивающая идеи Ф.Тейлора принадлежит Уильяму Эдварду Демингу (William Edwards Deming) в 40-50 гг. XX века, на основе, которой были разработаны 14 принципов управления в рамках реализации реинжиниринга бизнес-процессов. Исследования Э.Деминга, включающую схему управления по отклонениям: «планирование процесса – выполнение процесса – учет – контроль – принятие решений» (цикл PDCA – Plan-Do-Check-Act), были положены в основу «японского чуда». Усовершенствованную модель CPI стали называть TQM (Total Quality Management, глобальное управление качеством). С 70-х годов XX века данную кон-

цепцию стали применять во всем мире, а с 1990 г. отражены в серии стандартов ISO 9000 (ISO 9000:2000, ISO 9001:2000 и ISO 9004:2000), что подтвердили системность подхода в области обеспечения качества.

Дальнейшее развитие взглядов на улучшение бизнес-процессов реализована в программах по улучшению качества в 80-90 г.г. с целью достижения «нулевого уровня дефектов», которая включала:

- проведение мозгового штурма;
- подготовка диаграммы Парето для приоритизации проблем;
- вовлечение сотрудников;
- заявление о миссии качества;
- построение древовидных диаграмм (метод Исикавы – «рыбий скелет», Fishbone Diagram);
- разработка программы корректировки действий;
- регулярный контроль процессов для определения причин отклонений;
- минимизация затрат на хранение (just-in-time) и непрерывного производства.

Таким образом, стратегическое планирование в СМК на предприятиях позволяет сформировать четкое видение их развития в целом и требует более проработанного подхода к формированию стратегических планов в области системы менеджмента качества. Очевидно, что совершенствование стратегического планирования в СМК организаций представляет собой залог поступательного и упорядоченного развития бизнеса в современных условиях. Так, внедрение бережливого производства позволит улучшить внутренние показатели предприятия, и создадут условия для повышения эффективности функционирования и доминирования на рынке.

Алиева М.И.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

СОЧЕТАНИЕ ПРИНЦИПОВ И ФУНКЦИЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

Особое внимание в статье уделено приоритетности базовых функций налогов, которые в свою очередь требуют доминирования той или иной системы принципов.

Для построения действенной налоговой системы, ориентированной на социальные задачи, необходима новая теория налогов, создающая предпосылки для формирования оптимального пакета налогов и сборов. Это касается всех аспектов налоговой теории: сущности, классификации, функций, принципов налогообложения, структуры налоговой системы.

В современной финансовой науке существуют различные подходы к диверсификации налоговых функций. Л.Ф. Черкасова, Л.А.Злобина предлагают выделять, с одной стороны, интегральные функции налогов – фискальную, регулируемую и социальную, которые неразрывно взаимосвязаны, относятся к одному уровню налоговой системы, и дифференциальные, такие как функции организации, мобилизации, аккумуляции, и т. д.[1].

В свою очередь, Н.В. Иванова, Д.Г. Черник, Т.Ф. Юткина предлагают избегать чрезмерной дифференциации в классификации налоговых функций, выделяя шесть основных (с учетом их взаимопроникновения): фискальную,

распределительную (перераспределительную), регулируемую, стимулирующую, социальную и контрольную [2].

Понятно, что суть фискальной функции налога заключается в обеспечении поступлений определенной части средств в разноуровневые бюджеты для покрытия обоснованных государственных расходов, благодаря чему, собственно, и создаются необходимые материальные условия и возможности для жизнедеятельности государства. В свою очередь, обобществление части ВВП посредством налогов создает объективные

предпосылки для реализации государством регулирующих функций. Поэтому сама фискальная функция налога в значительной мере связана с реализацией двух других базовых функций – регулирующей и стимулирующей, тесно между собой связанных, поскольку они реализуют единую цель – смягчение цикличности производства, обеспечение его равномерного и поступательного развития.

Следует подчеркнуть, что в экономической литературе по проблемам налогообложения принципы и функции рассматривались чаще всего несколько обособленно, хотя, думается, сами принципы налогообложения необходимо обсуждать именно в контексте приоритетности тех или иных функций налога на данном этапе. Общая совокупность принципов, которым должна отвечать идеальная, совершенная налоговая система, достаточно разработана.

Приоритетность той или иной базовой функции налога требует доминирования той или иной системы принципов. Так, если приоритетной на данный момент является фискальная функция, ее выполнение должно удовлетворять следующему ряду критериев: 1) всеобщность; 2) справедливость (вертикальная и горизонтальная); 3) легкость в администрировании налога, унифицированность порядка взимания, при этом налоговые ставки должны быть определены, достаточно стабильны, легко вычисляемы при относительной несложности исчисления налоговой базы; 4) налог должен не допускать резких колебаний доходной части бюджета, причем нежелательны как бюджетный дефицит, так и чрезмерные сборы за счет налога; 5) прозрачность, достаточная осведомленность в том, на какие цели расходуются эти средства, с тем, чтобы соглашаться с их целесообразностью.

По мнению автора, для придания целостности и полноты системе принципов налогообложения в нее должны быть включены с учетом современных реалий еще несколько важных принципов, а именно:

- принцип равнозначности всех налогов и сборов, согласно которому должна сохраняться эффективность каждого налогового канала, то есть доли поступлений по конкретному налогу в общей сумме налоговых доходов бюджета должны быть соизмеримы между собой;

- принцип невмешательства во внутренние дела налогоплательщиков, т.е. установление той грани, когда действия должностных лиц налоговых органов наносят ущерб налогоплательщику;

Названные принципы налогообложения учитывают основные проблемы построения налоговых систем в историческом разрезе, обобщают положительный опыт РФ и зарубежных стран. Совершенствование налогового законодательства в соответствии с этими принципами позволит создать устойчивую систему налогов и сборов, отвечающую объективной цели существования государства в целом и системы налогообложения в частности – построение социально благополучного общества.

Список литературы:

- 1 *Черкасова Л.Ф.* Становление налогообложения физических лиц как факторы рыночных преобразований в России: 2009. С. 12-13; *Злобина Л.А.* Оптимизация налогообложения субъекта: Учеб. пособие. М.: Акад. Проект, 2011. С. 235
- 2 *Иванова Н.В.* Местное налогообложение в системе налогового федерализма – 2010. С.429

*Анненкова Е.Н., к.э.н., доцент, Черноглазкина Л.Е.,
к.э.н., доцент, Кондрашова Е.С.*

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.

СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА ПОЖИЛЫХ ГРАЖДАН И ИНВАЛИДОВ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается состояние социальной защиты пожилых граждан и инвалидов, проживающих в Саратовской области и направления ее совершенствования, социальная программа повышения качества и уровня жизни пожилых граждан и инвалидов.

Демографическая ситуация в Саратовской области в последние годы характеризуется ежегодным уменьшением численности населения. За последние пять лет постоянная численность населения Саратовской области сократилась на 2,2 % (с 2558,3 тыс. человек до 2503,3 тыс. человек). Прогноз изменения численности населения Саратовской области с 2013 по 2018 годы представлен на рис. 1.

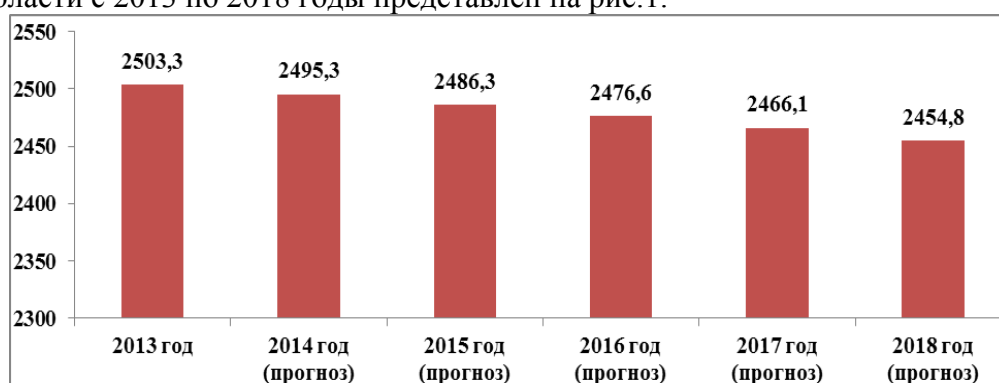


Рис. 1. Прогноз изменения численности населения Саратовской области с 2013 по 2018 годы, тыс. чел.¹²

Кроме того, сокращение общей численности населения области сопровождается процессом его старения. Если на 1 января 2008 года в области проживало 594,5 тысяч человек в возрасте старше трудоспособного, что составляло 23,2 % населения, то на начало 2013 года – 625,4 тысяч человек или 24,9 % населения.

Согласно прогнозу официальной статистики, к 2018 году численность пожилых граждан достигнет 678,6 тысяч человек (рис. 2).

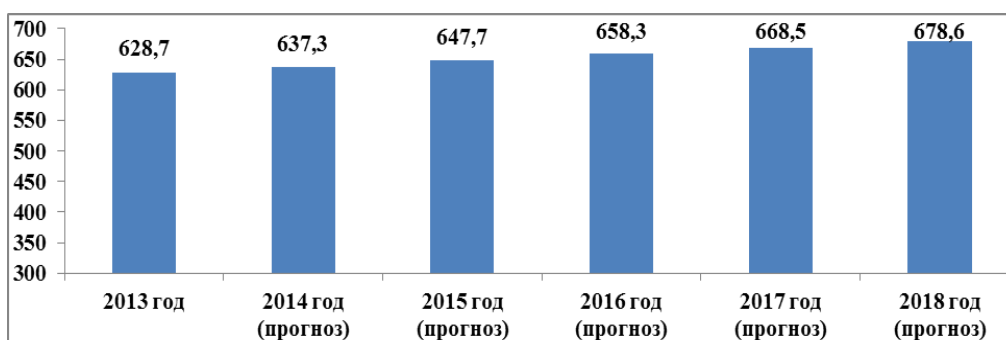


Рис. 2. Прогноз изменения численности граждан старше трудоспособного возраста в Саратовской области с 2013 по 2018 годы, тыс. чел.¹³

¹² <http://gigabaza.ru/doc/2871-pall.html> (Дата обращения: 17.05.2014)

¹³ <http://gigabaza.ru/doc/2871-pall.html> (Дата обращения: 17.05.2014)

Предполагается, что продолжительность жизни увеличится до 73 лет (у мужчин – 67,5 лет, у женщин – 78,4 лет).

В то же время сохраняется высокий уровень инвалидизации населения. За последние пять лет доля инвалидов в общей численности населения области превысила 5 % (152 тыс. человек), а в 2013 году составила уже 6,3 % населения области (156,9 тыс. человек). От общего числа инвалидов 26,3 % (41 тыс. человек) имеют нарушения способности к передвижению, в том числе вынужденных использовать кресло-коляску 3,3 % (5,1 тыс. человек). Численность детей-инвалидов за последние 5 лет снизилась и на январь 2013 года составила – 6259 детей.

В области созданы условия для комплексного и последовательного реабилитационного процесса инвалидов, в первую очередь детей-инвалидов.

С целью создания условий для развития и образования детей с особыми образовательными потребностями в учреждениях общего образования области используются различные формы обучения. С 2007-2008 учебного года реализуется региональный эксперимент по инклюзивному образованию детей-инвалидов. В рамках эксперимента обучается 35 детей с церебральным параличом, эндокринными нарушениями, речевыми патологиями, синдромом концентрации внимания.

С 2011 по 2013 год были приняты меры по развитию сети стационарных учреждений социального обслуживания престарелых и инвалидов. В рамках программы был проведен ремонт 6 психоневрологических интернатов области. Однако в настоящее время остается неудовлетворенным спрос на стационарное обслуживание в психоневрологических интернатах. Существующая на сегодняшний день очередность составляет 83 человека. Также растет потребность в расширении деятельности по социальной реабилитации инвалидов молодого возраста. Для реализации этой задачи необходим комплексный подход, включающий оказание психологической помощи, вовлечение в трудотерапию, медицинская реабилитация, культурно-средовая реабилитация и адаптивный спорт.

Для укрепления материально-технической базы учреждений социального обслуживания населения и оказания адресной социальной помощи неработающим пенсионерам, являющимся получателями трудовых пенсий по старости и по инвалидности на 2013 год была разработана социальная программа, целью которой является повышение качества и уровня жизни пожилых граждан и инвалидов. Эта программа предусматривает укрепление материально-технической базы учреждений социального обслуживания, приобретение автотранспорта для мобильных бригад социального обслуживания, оказание адресной социальной помощи неработающим пенсионерам

В рамках этой программы на укрепление материально-технической базы учреждений социального обслуживания населения направлено 20224,6 тыс. рублей, из них 10112,3 тыс. рублей – средства областного бюджета, 10112,3 тыс. рублей – средства Пенсионного фонда Российской Федерации.

Кроме того, была развита мобильная форма обслуживания как одна из наиболее востребованных среди сельского населения области. Использование указанной технологии позволяет обеспечить сельское население области услугами юриста, психолога, врача, социального работника. Маломобильным гражданам доставляются на дом продуктовые наборы, одежда, реабилитационная техника.

На оказание неработающим пенсионерам адресной социальной помощи было направлено 6951,7 тыс. рублей, из них 3499,6 тыс. рублей – средства областного бюджета, 3452,1 тыс. рублей – средства Пенсионного фонда Российской Федерации. В рамках социальной программы 362 неработающих пенсионера, понесшие расходы по газификации жилых помещений, получили адресную помощь на сумму 2867,2 тыс. рублей.

Охват граждан пожилого возраста и инвалидов всеми видами надомного обслуживания в Саратовской области составляет 555 человек на 10 тысяч пенсионеров (в среднем по Российской Федерации – 410 человек на 10 тыс. пенсионеров).

Программа является составной частью системы мер социальной защиты граждан пожилого возраста и инвалидов, проживающих в области. Одновременно с ней на территории области реализуются концепция развития системы социального обслуживания населения Саратовской области до 2025 года и Стратегия модернизации политики в отношении пожилых людей в Саратовской области.

Анненкова Е.Н., к.э.н., доцент, Кроткова К.С.

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.

СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Статья посвящена вопросам социальной поддержки семей в Саратовской области, имеющих несовершеннолетних детей. Рассмотрена структура получателей детских пособий, представлены соответствующие статистические данные.

Семейная политика, проводимая в Саратовской области в рамках социальной политики, предусматривает ряд мер социальной поддержки семей, имеющих детей.

Приоритетным направлением является поддержка семей с несовершеннолетними детьми. На территории Саратовской области проживает более 322 тысяч семей, в которых воспитывается 433,6 тыс. тысяч несовершеннолетних детей. По сравнению с 2008 годом численность детей и подростков снизилась почти на 18,9 тыс. человек или на 4,4 %. Удельный вес детского населения области составил 17,3 % численности всего населения.

В соответствии с действующим федеральным и областным законодательством органами социальной защиты населения семьям с детьми выплачивается 17 видов различных денежных выплат, предусмотренных 10 нормативными правовыми актами, из них 8 видов выплачиваются за счет средств бюджета области.

Самым массовым по числу получателей является ежемесячное пособие на ребенка. В 2013 году оно выплачивалось в Саратовской области 129 598 семьям на 183 574 несовершеннолетних детей (в 2012 году соответственно – 116 613 и 164 415). Число получателей пособия растет, его размер регулярно индексируется и составляет сегодня 332,95 руб.

Среди 14 регионов Приволжского федерального округа по размеру ежемесячного пособия на ребенка Саратовская область занимает второе место (на первом – Оренбургская область – 345 руб., на последнем – Нижегородская область – 100 руб.). Структура получателей ежемесячного пособия на детей представлена на рис.1.

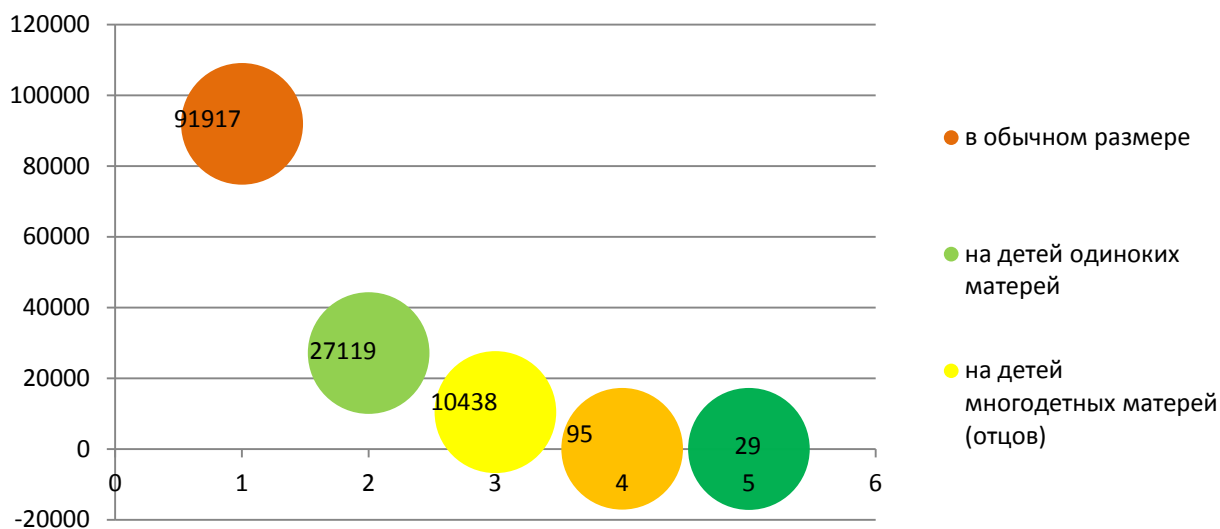


Рис. 1. Структура получателей ежемесячного пособия на ребенка, чел.

Под особой защитой государства находятся многодетные семьи, семьи с детьми инвалидами, неполные семьи. Особое внимание в сфере социальной поддержки уделяется многодетным семьям. На территории Саратовской области в 2013 году проживало 14685 многодетных семей, в которых воспитывалось 47460 детей (в 2012 году соответственно – 13401 и 43222). Большая часть из них (84%) – семьи с тремя детьми.

В 5456 семьях воспитывается 5580 детей-инвалидов, в том числе в 88 семьях – два и более ребёнка-инвалида.

Неполные семьи, включая вдовствующих и разведенных, составляют 17,5 процента от общего числа семей с несовершеннолетними детьми области. В каждом одиннадцатом случае детей воспитывают одинокие матери.

Серьезным фактором, влияющим на благополучие семьи, является уровень ее материального благосостояния. Для многодетных и неполных семей характерны максимальные риски бедности. Из общего числа многодетных семей доходы ниже величины прожиточного минимума имеют 9,17 тыс. семей или 68,4 процента. Несовершеннолетних детей воспитывает каждый пятый безработный или 17,9 % (2530 человек) от общей численности безработных (14164 человек). В их числе преобладали женщины – 1924 человека или 76 % от общего числа безработных граждан, имеющих детей. В числе безработных, имеющих детей, 13,8% составляли многодетные и одинокие родители.

От общего числа детей, проживающих в Саратовской области (433,6 тысяч детей), дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, составляют 2,2 процента (9791 человек).

В соответствии с Законом Саратовской области «О мерах социальной поддержки многодетных семей в Саратовской области» за счет средств областного бюджета им предоставлено право на следующие меры социальной поддержки:

- ежемесячная денежная выплата на оплату жилищно-коммунальных услуг,
- дополнительное единовременное пособие при рождении третьего и последующих детей,
- выплаты на приобретение школьной одежды и обуви, на посещение детьми занятий в физкультурно-спортивных сооружениях, на посещение театра.

В среднем в год малоимущая многодетная семья получает за счет областного бюджета денежные выплаты на сумму более 40 тысяч рублей.

Во исполнение Указа Президента Российской Федерации № 606 «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации» в Саратовской области

принят Закон № 158-ЗСО «О ежемесячной денежной выплате на ребенка в возрасте до трех лет гражданам, проживающим на территории Саратовской области, при рождении третьего и последующих детей».

С 1 января 2013 года на условиях софинансирования из средств федерального и областного бюджетов многодетным семьям выплачивается ежемесячное денежное пособие в размере 6 172 рублей. Его получателями явились 2849 граждан на 2887 детей. В 2014 году эта выплата проиндексирована и составляет 6495 рублей.

С 2012 года многодетным семьям предоставлено право на однократное бесплатное получение земельных участков в собственность для индивидуального жилищного строительства, дачного строительства, ведения садоводства или огородничества площадью от 600 до 2 000 кв.м. Предоставление земельных участков отнесено к функциям органов местного самоуправления. Всего в качестве нуждающихся в получении земельных участков в области зарегистрировано 7 143 многодетных семьи (из них в 2013 году – 3 094 многодетных семьи). В отношении 2 217 многодетных семей муниципалитетами уже приняты решения о предоставлении земельных участков в собственность (из них в 2013 году – в отношении 1 851 семьи).

Вышеизложенное позволяет говорить об определенных достижениях в социальной защите семей с детьми в Саратовской области. В то же время число получателей пособия на детей постоянно растет, что требует дальнейшего совершенствования системы социальной защиты.

Антонова А.А.

Саратовский социально-экономический институт

ВЫБОР ФОРМЫ КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена анализу факторов, влияющих на выбор формы корпоративных в условиях глобализации экономики. В ней рассматриваются основные проблемы корпоративного управления, а также важнейшие условия успешного функционирования корпоративного образования.

В структуре приоритетов государственной политики России определена необходимость поэтапной интеграции в глобальные экономические процессы. Это проявляется в интеграции России в различные сообщества мирового и международного масштаба, в частности, во Всемирную торговую организацию (ВТО), Европейский союз (ЕС) и другие. Реализация этого направления внешнеэкономической политики государства обусловлена, с одной стороны, содержанием национальной стратегии, направленной на создание открытого государства, имеющего возможность использовать ресурсы и капиталы других стран, а с другой, необходимостью участия в глобальных преобразованиях экономических систем.

Развитие процесса интеграции экономики России в мировое сообщество стимулируется целым рядом предпосылок, в том числе:

- формированием и эффективным функционированием некоммерческих сообществ мирового или межгосударственного масштаба (ВТО, ЕС и др.);
- поэтапной разработкой и внедрением системы общепринятых правил и норм мирового или международного характера в России (в виде международных стандартов бухгалтерского учета и отчетности, серии стандартов качества ISO 9000-9005, основных общепринятых подходов к оценке бизнеса корпораций и прочее);
- поиском новых форм роста финансово успешных и конкурентоспособных корпораций;
- мировой специализацией государственных экономических систем с учетом их природного, информационного и инновационного обеспечения;

- формированием и развитием единого пространства мирового рынка общественного воспроизводства и активизация процессов мировой экономической глобализации.

В результате развития интеграционных процессов начинает функционировать единое рыночное пространство, на котором, по-прежнему, работают традиционные экономические законы, однако, масштабы протекающих процессов возрастают на несколько порядков.

Одной из проблем интеграции российских хозяйствующих субъектов в мировой экономический процесс является выбор конкретной формы интеграции. Высокая степень неопределенности как наиболее характерная черта современной экономики, обусловленная влиянием на экономическое развитие различных факторов неэкономического свойства, а именно политического, военного, национального, религиозного и других, предполагает необходимость уделять этому процессу повышенное внимание. Задача состоит в том, чтобы войти в интеграционный процесс с минимизацией всевозможных рисков.

Было доказано, что современный рынок корпоративного управления требует от субъектов хозяйствования необходимости внедрения в практику управления принципов стратегического менеджмента, к которым принято относить: цели формирования корпоративного образования; стратегические приоритеты при реализации структурных преобразований; общие стратегические направления развития с учетом типа корпоративного образования.

Вместе с тем, существуют явные политические и экономические противники подобных интеграционных процессов, что обусловлено, прежде всего, необходимостью соблюдения принципов национальной экономической безопасности.

Принимая во внимание ограничение в виде необходимости обеспечения национальной безопасности российского государства, а также практику западных стран при реализации интеграционных направлений развития, в РФ выбрана стратегия и тактика слияния и поглощения как основа относительно устойчивого функционирования макросистемы и укрупнения бизнеса отдельных корпораций. В данном случае используются стандартные схемы создания различных видов сложных корпоративных форм хозяйствующих субъектов или корпоративных образований в виде холдингов, финансово-промышленных групп (ФПГ), транснациональных компаний (ТНК) или совместных предприятий и даже стратегических альянсов.

Российская экономика с учетом основных направлений специализации и специфики структуры стратегического отраслевого портфеля постепенно интегрируется в мировое сообщество с целью достижения более высоких темпов роста и дополнительных направлений развития (в том числе и за счет диверсификации отраслевого портфеля государства).

Важным условием успешного функционирования корпоративного образования является ее устойчивость, обеспечение которой связано с:

- совместимостью с другими структурами на макро и микроэкономическом уровне;
- нацеленностью на выполнение стратегических задач экономики комплекса в целом;
- адекватной системой управления;
- наличием определенной степени самостоятельности и автономности, то есть корпоративное образование должна представлять собой целостно сформированный и устоявшийся организм;
- способностью сохранять свое совокупное качество и функции при изменении формы и структуры хозяйственной системы;

- соответствием воспроизводственных процессов хозяйственной системы корпорации динамике потребностей в рамках экономического сообщества и макросистемы;

- наличием определенного потенциала к самоорганизации и саморазвитию.

Итак, место и роль корпоративного образования в экономической системе государства предопределяется его ролью в едином совокупном воспроизводственном процессе, его ресурсном обеспечении. Усложнение хозяйственных систем корпорации связано, в первую очередь, с необходимостью активного формирования у них свойства экономической устойчивости за счет внутренних факторов роста. Корпоративное образование, вбирающая в себя самые разнообразные по отраслевому признаку и территориальному расположению хозяйственные структуры, составляя основу экономики, предопределяет во многом ее экономическую динамику, а также социально-экономическую стабильность развития.

Список литературы:

- 1 *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Издательство «Питер», 1999.
- 2 *Куприянов С.В., Орлова Е.А.* Выбор формы корпоративных образований с учетом интеграции России в глобальные экономические процессы – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2013
- 3 *Перегудов С.П.* Корпорации, общество, государство. Эволюция отношений. – М.: Наука, 2003.

Асхабова И.А., Исаева Ш.М.

Дагестанский государственный университет

АНАЛИЗ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

Руководство предприятия должно иметь четкое представление о том, за счет каких источников, ресурсов оно будет осуществлять свою деятельность и в какие сферы будет вкладывать свой капитал. Термин «капитал» трактуется в самом широком смысле – в качестве совокупных источников формирования имущества, включающих собственный и заемный капитал.

Наиболее актуальной и пока еще не решенной задачей в области теории и практики на протяжении многих лет остается проблема поиска и обоснования оптимальной структуры капитала организации. Чаще всего под структурой капитала понимают соотношение между собственными и заемными средствами компании. Соответственно, оптимальной структурой капитала принято считать такую структуру, которая будет способствовать максимизации стоимости компании. Следовательно, на мой взгляд, для максимизации стоимости компании важное значение имеет анализ собственного капитала.

Собственный капитал представляет собой юридически собственные экономические ресурсы, которые находятся в распоряжении предприятия и необходимые для создания и развития организации. Отчет об изменениях капитала содержит информацию о структуре и движении собственного капитала, а также создаваемых организацией резервов. [3]

В процессе анализа движения собственного капитала необходимо выявить изменение его величины и всех составляющих к концу года по сравнению с его началом. Для этого рассчитываются абсолютные изменения и темпы роста показателей, а также следует рассчитать показатели движения капитала. Для обоснования структуры капитала можно использовать следующие критерии оценки:

- 1) скорость возврата вложенного капитала;
- 2) показатель рентабельности собственного капитала;
- 3) показатель «прибыль на акцию» (для акционерных обществ);
- 4) среднюю взвешенную цену капитала.

Важную роль в процессе обоснования оптимальной структуры средств финансирования играют показатель рентабельности собственного капитала и средне взвешенная цена капитала.

Определение цены СК связано с определенными трудностями, так как не существует договорной цены за привлечение капитала в форме акций.(за иск. Привилегированных). В экономической литературе существует множество подходов определения цены СК и наиболее применяемыми являются:

1. Метод дивидендов
2. Метод доходов
3. Метод оценки доходности финансовых активов.

Рентабельность собственного капитала – это показатель прибыли на вложенный капитал, рассчитывается по формуле:

$$R_{ck} = \Pi / СК$$

Π – величина прибыли до уплаты процентов по заемным средствам и налога на прибыль. Показывает эффективность использования собственного капитала или показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля собственных средств.[2]

Для изучения рентабельности СК используются различные факторные системы, среди которых наибольшее распространение получила модель Дюпона, которая имеет следующий вид:

$$R_{ck} = R_{пр} * \text{Отдача активов} * K_{фин. \text{ активов}}$$

$R_{пр}$ – рентабельность продаж

$K_{фин. \text{ активов}}$ - коэффициент финансирования активов

Связь между результативным показателем и факторами прямая.[1]

На практике применяется другая модель, которая учитывает использование заемного капитала.

$$R_{ck} = (\Pi - г \times ЗК) \times (1 - нп) / СК$$

где нп — ставка налога и прочих аналогичных отчислений с прибыли предприятия, в долях единицы;

г – средняя взвешенная ставка процента по заемным средствам финансирования, в долях единицы.

Использование ЗК в деятельности предприятия оправданно только в случае когда рентабельность всего имущества выше платы по заемным средствам, только тогда влияние ЗК на доходность СК положительна.

Соотношение между собственными и заемными средствами компании также говорит о финансовой устойчивости, как основном показателе эффективности хозяйственной деятельности.

Список литературы:

- 1 *Бланк И.А.* Управление формированием капитала Учебник М.:Эксмо 2011г.
- 2 *Любушин Н. П.* Финансовый анализ: учебник \ Н. П. Любушин, Н.Э Бабичева . 2-е изд., перераб. и доп.М.:Эксмо 2010г.
- 3 *Шеремед А.Д.* Комплексный анализ хозяйственной деятельности. Учебник. М.:ИНФРА-М,2009г.-416с.

Ашинова М.К., д.э.н., профессор

ФГБОУ ВПО «Майкопский государственный технологический университет»

Чиназирова С.К., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Адыгейский государственный университет»

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ КРЕДИТОВАНИЯ

СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Рассмотрены некоторые особенности кредитования сельского хозяйства в США и некоторых странах западной Европы. Выделены основные особенности орга-

низации сельскохозяйственного кредита в зарубежных странах, которые в определенной мере могут быть учтены при развитии кредитного дела и совершенствовании на этой основе кредитования отечественного аграрного сектора.

Сельскохозяйственный кредит в зарубежных странах является важным элементом экономического развития аграрного производства, в современном сельском хозяйстве развитых стран высок уровень привлечения ссудного капитала. Сельскохозяйственное производство рассматривается ими в рамках продовольственной безопасности. В этом аспекте сельскому производителю обеспечивают финансовую, научную, информационную и другую помощь для стабильного производства и поддержания доходности сельхозтоваропроизводителей.

В начале XX века, в развитых странах наступил период бурного индустриального роста, значительно увеличился и спрос на сельскохозяйственную продукцию.

Современный этап сельхозпроизводства США обуславливает возрастающую потребность в ссудном капитале. В этой связи, в системе государственного регулирования экономики страны важным является функционирование сельскохозяйственного кредита, в том числе льготного. Государственное регулирование сельскохозяйственного кредита выражается в следующих формах: создание особых государственных кредитных институтов, организующих деятельность сети кооперативных банков сельскохозяйственного кредита; наделение кредитных организаций правом выпуска ценных бумаг и создание благоприятного режима для эмиссии и обращения (мобилизация финансовых ресурсов для нужд кредита и удешевления его); облегчение фермерам доступа к кредиту с помощью низких кредитных ставок, выдача частным кредитным банкам гарантий на возврат кредитов и процентов по ним; бюджетное финансирование организаций сельскохозяйственного кредита для покрытия убытков, вызванных снижением кредитных ставок и неуплатой кредитов. В целом же в США сложился высокоэффективный рынок сельскохозяйственного кредита. Государственная аграрная политика страны много лет способствовала развитию и совершенствованию системы и альтернативным структурам фермерского кредита. В результате практически все фермеры, какую бы нишу они ни занимали, могут получить экономически обоснованный размер кредита во многих структурах, по конкурентным ставкам и на требуемый технологическим процессом срок.

О значении кредита в формировании и накоплении аграрного капитала в зарубежных странах в известной мере можно судить по удельному весу заемных средств (кредитной задолженности сельского хозяйства) в стоимости основного капитала, а также по соотношению годовой кредитной выдачи (краткосрочных ссуд) и годовых вложений в основной капитал.

К числу стран с наиболее высоким удельным весом заемных средств в основном капитале сельского хозяйства относятся Англия, Германия, Франция, Италия, Бельгия и скандинавские страны. Предоставляют заемные средства для сельского хозяйства в этих странах, прежде всего, государственные и кооперативные кредитные учреждения, и лишь в отдельных странах первенство в этом отношении принадлежит частным коммерческим банкам.

Рост использования кредита в сельском хозяйстве Западной Европы послужил базой для интенсивного накопления аграрного капитала и для осуществлявшейся на основе этого процесса индустриальной перестройки сельскохозяйственного производства. Основой этого служит более низкий размер процентных ставок по кредитам по сравнению с рентабельностью сельскохозяйственного производства, что достигается, во многих случаях, путем государственного регулирования кредитования аграрного сектора или даже путем прямого участия государства в организации такого кредитования [1].

Особое место в системе сельскохозяйственного кредита занимают кредиты под залог земли, то есть ипотечные кредиты. Фермеры активно пользуются ипотекой, позволяющей производителю использовать часть капитала, связанного в цене земли и имущества. В результате производители получают возможность расширить хозяйство путем приобретения новых участков земли и необходимых средств производства. Таким образом, ипотечный кредит способствует ускорению оборота капитала и получению дополнительной прибыли [2].

Ипотечные банки мобилизуют средства за счет продажи коммунальных облигаций и залладных листов, а из вырученных средств выдают ссуды. В проведении этих операций они пользуются поддержкой государства.

Основную роль в кредитовании аграрного сектора в ряде стран играют кооперативные банки. На их долю приходится во Франции 75% сельскохозяйственного кредита, в Германии – 44% и в США – 26%. Кредитные операции кооперативных банков включают все виды ссуд различной срочности, предоставляемых современными универсальными банками [3].

Целостность и эффективность кооперативной системы кредитования обеспечивается за счет двух факторов: единства отношений кооперативной собственности снизу доверху и единства системы функциональных связей.

Определенная роль в кредитовании сельского хозяйства принадлежит коммерческим банкам. Их доля в сельскохозяйственном кредите колеблется от 32% в США, до 8% в Германии и чуть более 2% во Франции. Эти банки предлагают весь спектр финансовых операций. Предлагаемые ими ставки кредитного процента выше, чем в кооперативных банках. Коммерческие банки обеспечивают, в основном, краткосрочные, реже среднесрочные кредиты.

Для российского АПК представляет большой интерес опыт функционирования Государственного Сельскохозяйственного банка Германии, так как его создание и работа во многом схожа с теми условиями, в которых оказался сегодня российский аграрный сектор.

Анализ показывает, что специальные кредитные программы Государственного Сельскохозяйственного банка в течение многих лет стали показательными для системы аграрного кредита в Германии. Если сельскохозяйственные банки хотят рефинансировать кредиты в сельском хозяйстве своими средствами, процентные ставки специальных программ служат важными ориентирами при заключении договоров о кредитовании между сельскохозяйственными товаропроизводителями и доверенным банком. С точки зрения аграрной политики эти активные операции представляют собой центр работы банка [4].

Таким образом, на основе проведенного анализа можно выделить следующие особенности организации сельскохозяйственного кредита в зарубежных странах, которые в определенной мере могут быть учтены при развитии кредитного дела и совершенствовании на этой основе кредитования отечественного аграрного сектора:

- Роль кредита как источника капитала ограничена строгими правовыми рамками: в отношении сроков и порядка погашения займов, повышения стоимости кредита по мере увеличения объема заемных средств, действия принципа возрастающего риска, в соответствии с которым нарастание доли используемых хозяйством заемных средств вызывает неблагоприятные последствия для уровня рентабельности этого хозяйства.

- Сроки погашения кредита находятся в прямой зависимости от функциональной направленности ссуды. Кратко- и среднесрочные кредиты используются для финансирования текущих затрат и пополнения оборотных средств, долгосрочные – на обновление и расширение основных фондов. Более половины задолженности фермеров приходится на долгосрочные ссуды.

- Разнообразие способов погашения кредитов предоставляет фермеру широкий выбор оптимальных по экономическим параметрам видов выплаты ссуд соответственно его хозяйственным возможностям. Льготный режим кредитования расширяет доступ к кредитным ресурсам всем слоям сельскохозяйственных производителей.

- Отличительной особенностью финансового обеспечения АПК многих зарубежных стран является установление существенных льгот производителям, как правило, за счет субсидирования государством выплат процентных ставок по банковским кредитам, его участием в финансировании различных проектов.

- Финансовым обслуживанием фермеров занимается разветвленная сеть коммерческих, кооперативных и специализированных банков, страховых компаний, сберегательных касс и других кредитных институтов. В ряде стран широко развиты различные формы небанковского кредитования, через которые осуществляется целевое кредитование [5].

Банковская система в АПК зарубежных стран – это сложный механизм, при этом практически в каждой стране имеется своя специфика в организации обеспечения финансовыми ресурсами предприятий. Например, во Франции, Швеции, Нидерландах и Израиле большинство финансовых операций в агропромышленном комплексе осуществляется посредством одного-двух крупных специализированных банков. В США и ФРГ финансовая система АПК включает разнообразные финансовые институты.

Финансово-кредитный механизм сельского хозяйства зарубежных стран способствует эффективному проведению государственной продовольственной политики и отличается направленностью. На стимулирование развития производства продукции, развитой инфраструктурой, наличием множества специализированных финансово-кредитных институтов, осуществляющих финансовую и кредитную помощь сельским товаропроизводителям, высоким уровнем государственного регулирования и контроля за деятельностью этих институтов, постоянным мониторингом результатов проводимой сельскохозяйственной политики. Поэтому при проведении государственной политики в аграрной сфере необходимо учитывать опыт зарубежных стран, особенно в развитии инфраструктуры финансово-кредитного механизма.

Список литературы:

- 1 *Коробейников М.С.* Зарубежная практика кредитования сельского хозяйства и её позитивное использование в условиях современной России. // Международный сельскохозяйственный журнал, №4, 2009.
- 2 *Коробейников М.А.* Кредитование фермерских хозяйств за рубежом. // Международный сельскохозяйственный журнал. 2011. – № 4, С. 56.
- 3 *Самоховец М.П.* Факторы, влияющие на организацию кредитования сельскохозяйственных предприятий // Финансы и бизнес. – 2009. – №3. – С.95-100. – 0,7 п. л.
- 4 *Хандруев А.А.* Основы системы сельскохозяйственного кредитования и особенности её функционирования в условиях рыночной экономики. М.: Финансист. 2009. С.546.
- 5 *Юняева, Р.Р.* Государственное регулирование кредитной системы в сельском хозяйстве / Р.Р. Юняева // АПК: Экономика и управление. – 2009. – № 11.

Бадмаева Д.А.

*Сибирский федеральный университет, Институт экономики управления
и природопользования*

МИРОВОЙ ОПЫТ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ

В данной статье рассмотрены новые подходы к регулированию национальной платежной системы, а также вопросы внедрения международных стандартов на финансовых рынках.

В ходе анализа Банком России международного опыта развития платежных систем была выявлена возрастающая роль стандартизации финансовых операций. Традиционно стандарты использовались для накопления и распространения передового опыта, а также для повышения эффективности взаимодействия. Применение стандартов в финансовой сфере также способствует совершенствованию нормативного регулирования, формируя новый уровень взаимодействия между участниками и регуляторами финансовых рынков.

Многие современные финансовые стандарты фактически были разработаны совместно с представителями заинтересованных коммерческих компаний и контролирующих их организаций. Однако в последнее время в международной практике разработки и сопровождения финансовых стандартов роль регуляторов финансовых рынков усиливается.

Среди международных финансовых стандартов, применяемых в платежных и расчетных системах, можно выделить две основные группы.

1. Методологические стандарты содержат базовые принципы по организации функционирования основных элементов инфраструктуры финансовых рынков (ИФР), а также рекомендации регуляторам финансовых рынков по наблюдению за их реализацией. Де-факто такими стандартами являются публикации Комитета по платежным и расчетным системам (КПРС) Банка Международных Расчетов (БМР), такие как “Ключевые принципы для системно значимых платежных систем”² и “Рекомендации для систем расчета по ценным бумагам”³. Всемирное признание этих стандартов подтвердила группа стран Большой двадцатки (G20) в рамках Форума по финансовой стабильности (FSB, Financial Stability Board), включив их в список 12 стандартов, наиболее значимых для стабильности финансовой системы.

При подготовке стратегии развития национальной платежной системы Банк России активно использует эти стандарты в текущей работе по совершенствованию платежной системы России в целях обеспечения ее эффективного и бесперебойного функционирования. Для более широкого ознакомления с основными публикациями КПРС на сайте Банка России в сети Интернет регулярно публикуются их переводы, к которым предоставлен свободный доступ.

2. Технологические стандарты содержат наилучшие решения в области обработки платежной информации, их рекомендуется применять для повышения эффективности и снижения издержек за счет более широкого использования сквозной автоматизированной обработки (Straight Through Processing – STP) и обеспечения совместимости различных элементов финансовой инфраструктуры. Из этой группы широко известны такие стандарты, как стандарт кодов валют (ISO 4217), стандарт идентификационных кодов банков (ISO 9362 – BIC), международный номер банковского счета (ISO 13616 – IBAN).

Технологические финансовые стандарты, как правило, разрабатываются и сопровождаются в рамках Технического комитета “Финансовые услуги” Международной организации по стандартизации (ТК 68 ISO). Представителем России в ISO является Федеральное агентство по стандартизации и метрологии, при содействии которого с 2010 года специалисты Банка России участвуют в работе ТК 68 ISO, например в рабочих группах по вопросам применения электронных счет-фактур, разработке стандарта мобильных платежей и т.п. Некоторые технологические стандарты, например стандарты кодов стран ISO 3166 и кодов валют ISO 4217, используются в платежной системе Банка России.

Особое место занимает стандарт ISO 20022, содержащий формализованную методологию построения новых стандартов обмена электронными сообщениями в финансовой сфере или адаптации уже существующих на базе единой платформы, обеспечи-

вающей высокий уровень совместимости при сохранении достаточной эффективности обработки финансовой информации, что существенно отличает его от всех других технологических финансовых стандартов. Фактически ISO 20022 занимает промежуточное положение между методологическими и технологическими стандартами, соединяя в себя свойства, присущие каждой из этих групп. Основу ISO 20022 составляет методология, базирующаяся на применении технологий информационных систем (в частности, языка UML и правил его использования) для описания процессов обмена данными в финансовой сфере с учетом основных принципов ее организации. Результатом применения методологии ISO 20022 является построение формализованного описания бизнес-процессов и получение форматов и схем обмена электронными сообщениями, обеспечивающих реализацию бизнес-процессов. Методология ISO 20022 предусматривает наличие единого, открытого для свободного просмотра центра хранения всех материалов, доступных в сети Интернет для стимулирования повторного использования ранее созданных материалов.

Примерами применения методологии ISO 20022 может служить унификация и консолидация платежных систем и систем расчетов по ценным бумагам: разрабатываемая общеевропейская расчетная система по операциям с ценными бумагами TARGET2*Securities, интеграция расчетных систем национальных депозитариев на базе Euroclear, проекты Единого общеевропейского клирингового центра PE-ACH и Единого европейского платежного пространства SEPA. Система SWIFT также разработала новый, основанный на методологии ISO 20022 стандарт для межбанковских финансовых сообщений, названный SWIFT MX, и уже начинается обсуждение возможных сроков отказа от применяемых сейчас сообщений в действующем формате SWIFT MT. Адаптация и использование международных стандартов финансовой сферы в платежной системе России позволит применить накопленный мировым сообществом опыт функционирования платежных систем для повышения ее эффективности, повысить прозрачность российской финансовой системы для иностранных инвесторов, упростить проведение трансграничных платежей и содействовать созданию благоприятных условий для формирования в России международного финансового центра.

Исходя из этого, Банк России принял решение содействовать разработке российского национального стандарта безналичных расчетов на основе методологии ISO 20022. Это позволит адаптировать к российским условиям общую модель платежей ISO 20022 и сформировать единые процедуры и форматы передачи платежной и сопровождающей информации в процессе осуществления безналичных расчетов. Адаптированная модель платежей должна полностью соответствовать требованиям законодательства и обеспечивать максимальное удовлетворение потребностей участников безналичных расчетов за счет встроенных механизмов расширения и набора дополнительных сервисов, таких как: электронное управление банковскими счетами (eBAM), электронный обмен счетами (eInvoice) и т.п. Основу национального стандарта безналичных расчетов будут составлять формализованные описания процедур осуществления безналичного перевода денежных средств для каждого из основных видов расчетных документов: 1) отвечающих требованиям законодательства; 2) построенных на основе базовых международных технологических стандартов для платежных и расчетных систем; 3) включающих форматы и схемы обмена электронными сообщениями; 4) описывающих взаимодействие сторон в процессе перевода денежных средств. Реализация указанной задачи будет способствовать обеспечению условий для создания в России международного финансового центра и развитию иных форм участия российских организаций в международных финансовых операциях, позволит участникам расчетов оптимизировать электронный документооборот при осуществлении платежей и создать все необходимые условия для повышения уровня STP.

Международный опыт предполагает образование отдельного органа для координации работ в области национальных финансовых стандартов. Например, в Европейском союзе разработку общеевропейских стандартов и сопровождающих материалов в рамках проекта Единого европейского платежного пространства (SEPA) осуществляет Европейский платежный совет, образованный из участников финансовых рынков и активно взаимодействующий с Европейским центральным банком и другими финансовыми регуляторами. На внутригосударственном уровне распространенной практикой является создание национальных специализированных комитетов по стандартизации, объединяющих представителей регуляторов и заинтересованных представителей бизнеса для совместной работы над адаптацией международных и созданием национальных стандартов.

С целью создания российского национального комитета по финансовой стандартизации Банк России проводит консультации с заинтересованными органами исполнительной власти и общественными организациями, банковскими ассоциациями и инфраструктурными организациями российского финансового рынка.

Зарубежный опыт правового регулирования платежных систем

Страны, вступающие в ЕС, естественно во многом придерживаются аналогичных подходов к формированию нормативно-правовой базы для функционирования и регулирования национальных платежных систем стран-участниц ЕС. Практически во всех странах приняты законы о платежных системах и электронных платежных инструментах.

Характерной чертой здесь является определение порядка стандартизированной для ЕС нумерации банковских счетов (IBAN – International Bank Account Numbers) и кодов банков. Главное состоит в том, что национальная правовая база дополняется общеевропейской нормативной базой (ЕС) и не может ей противоречить. Приведем отдельные примеры.

В Венгрии нормативные акты сосредоточены на инструкциях центрального банка страны, в частности, указаниях о порядке направления и исполнения поручений в отношении банковских счетов, где регламентируются периоды проведения операций в системе крупных платежей в реальном времени (BPPB), процедуры проведения операций через банковские счета; отдельным документом регламентируется порядок завершения расчетов по платежам для национальной системы BPPB.

Польша приняла закон об окончательности расчетов в платежных и расчетных системах и правилах контроля таких систем, который предусматривает определенный порядок, гарантирующий завершение расчетов в случае банкротства одного из участников системы. Также действуют положения Центрального банка Польши о методе нумерации банковских счетов, об электронных платежных инструментах, способе совершения межбанковских расчетов, условиях открытия и ведения банковских счетов.

Страны СНГ и другие страны бывшего Советского Союза провели или продолжают реформирование прежних основ платежных систем; некоторые приняли концепции развития национальной платежной системы, основу которой составляет система крупных (валовых) расчетов в реальном времени, использование системы расчетов с помощью электронных платежных инструментов и переход на электронные платежные документы.

На территории Казахстана функционируют две платежные системы: система валовых расчетов в режиме реального времени (межбанковская система перевода денег) и клиринговая система (система розничных платежей). В Национальном банке создан Центр межбанковских расчетов. Нормативная база страны представлена законом о платежах и переводе денег, а также подзаконными актами национального банка, которые регулируют вопросы:

- открытия, ведения и закрытия банковских счетов клиентов в банках;

- использования платежных документов и осуществления безналичных платежей и переводов денег;
- выдачи лицензий на выпуск платежных карточек;
- графика операционного дня Национального банка;
- приема и обработки платежных документов в платежных системах Казахстанского центра межбанковских расчетов Национального банка;
- составления и представления сведений по платежным карточкам;
- составления и представления отчета по распределению платежного оборота по способам безналичных платежей и перевода денег;
- составления и представления клиринговыми организациями, осуществляющими межбанковский клиринг, ежедневной отчетности;
- применения Государственного единого классификатора назначения платежей;
- установления корреспондентских отношений между банками, а также между банками и организациями, осуществляющими отдельные виды банковских операций.

Киргизия приняла специальный закон об электронных платежах, который устанавливает юридический статус электронных платежей и призван регулировать взаимоотношения, возникающие в процессе проведения электронных платежей, порядок проведения международных электронных платежей и требования к электронным платежным документам, используемым для проведения таких платежей. Форматы, процедуры создания электронных цифровых подписей, установления подлинности и обеспечения безопасности устанавливаются на основании соответствующих договоров. В этой стране переход на электронные платежные документы начат в 2003 г.

Государственная программа развития платежной системы в Киргизии направлена на увеличение доли безналичных платежей, обеспечение условий для эффективного планирования доходной и расходной частей бюджета республики, усиление контроля за оборачиваемостью денежных средств и создание условий для развития предпринимательства в реальном секторе путем создания:

- системы пакетного клиринга;
- единого межбанковского процессингового центра;
- системы валовых расчетов в режиме реального времени;
- развитого узла коллективного пользования SWIFT .

В Украине принят закон о борьбе с отмыванием денег, а также инструкции о порядке осуществления депозитных операций физическими и юридическим лицами, операций банков с векселями, оформления и предоставления клиентами платежных поручений в иностранной валюте или банковских металлах, заявлений на покупку или продажу иностранной валюты или банковских металлов уполномоченным банкам и другим финансовым организациями и порядке их исполнения, осуществления операций с дорожными чеками в иностранной валюте (межбанковском переводе средств в национальной валюте) и правила бухгалтерского учета операций национального банка Украины в системе электронных платежей.

Кроме нормативно-правовой базы перечисленных стран, важно учитывать и существование совместных документов.

Межгосударственным банком ЕврАзЭС предлагается создание платежно-расчетной системы, призванной обеспечить построение надежной и эффективной системы валовых расчетов в режиме реального времени для проведения трансграничных платежей между банками-участниками. Условиями создания такой системы являются: высокая степень развитости национальных валютных рынков и свободное формирование взаимных курсов национальных валют, либерализация валютных режимов. Достижение наивысшего эффекта планируется при использовании национальных валют с по-

степенным вытеснением из расчетов валют третьих стран, росте объема операций на межбанковских рынках, рынках ценных бумаг и биржевых рынках, снижении зависимости плательщика от состояния внутреннего валютного рынка государства, сокращении издержек и повышении скорости расчетов. Для работы такой системы обосновывается принятие соответствующей нормативно-правовой базы, включающей:

- положение о платежно-расчетной системе;
- порядок установления валютных курсов для использования в платежно-расчетной системе;
- типовое соглашение между центральными (национальными) банками и Межгосударственным банком об участии в платежно-расчетной системе;
- управление рисками в платежно-расчетной системе;
- оценку эффективности платежно-расчетной системы.

За основу принят опыт проектов управления платежным пространством в Великобритании, Франции, Германии и Китае, а также создания и работы таких межгосударственных проектов, как Проект SEPA (Single Euro Payment Area) Европейского союза.

Баймурзина Г.И., Гирфанова И.Н., к.э.н. доцент

ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА И РЕЗЕРВЫ ЕЕ СНИЖЕНИЯ В ООО «АГРО» АБЗЕЛИЛОВСКОГО РАЙОНА РБ

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности сельскохозяйственного производства. Снижение себестоимости - одна из первоочередных и актуальных задач любого общества, каждой отрасли предприятия.

Себестоимость единицы продукции зерновых культур зависит от суммы затрат на 1га посевной площади и обратно – от урожайности. При анализе устанавливаются степень влияния на себестоимость каждого из этих факторов, для чего применяют способ цепных подстановок. Для этого применяют разложение составных показателей, поскольку каждый вид затрат в расчете на 1ц продукции определяется натуральным размером и денежной оценкой единицы израсходованных средств.

Таблица 1.

Анализ влияния отдельных факторов на себестоимость 1ц зерна в ООО «Агро»

Продукция	Затраты на 1 га, руб		Урожайность, ц/га		Себестоимость 1 ц продукции, руб.			Отклонение в расчете на 1 ц, руб.		
	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	условная	всего	в т.ч. за счет изменения	
									затрат	урож-ти
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Зерно	3135	2910	6	9,4	659	790	485	131	-174	305

Из данных таблицы 3.4 видно, что в 2013 году себестоимость производства 1 ц зерна составила 790 руб. По сравнению с 2012 годом себестоимость 1 ц увеличилась на 131 руб. Также видно, что затраты на 1 га в 2013 г. по сравнению с 2012 г. снизились на 225 руб. Урожайность в 2012 г. – 6 ц/га, в 2013 г. – 9,4 ц/га.

Основными причинами увеличения себестоимости 1 ц зерна является удорожание цен на семена, удобрения, электроэнергию.

Проанализируем изменение затрат на оплату труда с отчислениями в расчете на 1 га посева зерновых культур за счет трудоемкости и уровня среднечасовой оплаты 1 чел.

Таблица 2.

Анализ изменения затрат на оплату с отчислениями в расчете на 1 га посева зерновых культур

Показатели	2012 г.	2013 г.	Отклонение (+; -) 2013 г. от 2012 г.
1	2	3	4
Затраты на оплату труда с отчислениями, руб.	2824	1806	-1018
Затраты труда, чел.-час	15,35	15,59	0,24
Оплата 1 чел.-час, руб.	46,20	29,69	-16,51
Изменение затрат на оплату труда за счет: затрат труда, руб.	15,06	26,15	11,09
оплаты 1 чел-час, руб.	48,75	33,85	-14,9

В 2013 г. затраты на оплату труда с отчислениями в расчете на 1 га посева зерновых культур по сравнению с 2012 г. уменьшились на 1018 руб. За счет увеличения затрат труда на 0,24 чел.-час в расчете на 1 га посева затраты на оплату труда увеличились на 11,09 руб., но за счет уменьшения оплаты труда на 1 чел.-час затраты уменьшились на 14,9 руб.

Основными источниками резервов снижения себестоимости сельскохозяйственной продукции являются:

- 1) увеличение объема производства продукции;
- 2) сокращение затрат на ее производство за счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, электроэнергии, топлива, оборудования, сокращения непроизводительных расходов, производственного брака и т.д.

Основным путем повышения эффективности производства зерна является снижение себестоимости повышение общего объема выручки. Увеличение общего объема выручки возможно в основном за счет увеличения урожайности.

Урожайность зерна в первую очередь зависит от использования урожайных и устойчивых сортов с хорошим качеством зерна.

Рассчитаем резерв увеличения производства зерна в 2013 г., за счет доведения урожайности зерновых до уровня передового хозяйства. В качестве передового хозяйства выступает СПК «Красная Башкирия» Абзелиловского района. Урожайность в данном хозяйстве достигает 15 центнера с гектара.

Таблица 3.

Резерв увеличения валового сбора зерна за счет доведения урожайности до уровня передового хозяйства области.

Показатели	В среднем за три года	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к 2013 г.
Площадь, га	3615	3627	3627	100
Урожайность, ц	9,5	9,4	15	в 1,5 раза
Валовой сбор, ц	14565	10403	15604	в 1,5 раза

Таким образом, если ООО «Агро» повысит урожайность зерновых до 15 центнеров с гектара, не изменяя при этом площадь посева, то в планируемом году валовой сбор зерна может составить 15604 ц. При этом дополнительный выход продукции составит 5201 ц.

Список литературы:

- 1 *Алексеева А. И.* Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учеб. пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2009 г. – С. 688.
- 2 *Савицкая, Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник – 5-е изд. перераб. и доп.- Инфра – М, 2012 г. – 494 с.

Балашова Н.В., к.э.н., доцент

Байкальский государственный университет экономики и права

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭТИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с нарушением этических норм, документы, которые регулируют этические нормы, рассматриваются примеры трактовок этических норм в регулирующих документах.

Этике, этическим нормам поведения в настоящее время уделяется достаточно мало внимания. Во-первых, этику относят к «пережиткам прошлого», к устаревшим понятиям. Во-вторых, этику многие называют несуществующей проблемой. В-третьих, когда руководители компаний ставят первоочередной задачей получение прибыли, максимизирование прибыли, то этические вопросы отходят на второй план. Кроме того, если речь заходит об этических нормах, о нарушениях этической этики то, чаще всего, этот вопрос рассматривается в аспекте борьбы с коррупцией. Однако коррупция – это должностное преступление, а нарушение этических норм не всегда является преступлением, которое наказуемо. И, тем не менее, это нарушение.

Термин «этика» (древнегреч. «ethos» – «нрав», «обычай») был введен еще Аристотелем в IV в. до н. э. как учение о нравственности, морали, этика «помогает познать, что следует делать и от чего следует воздержаться» [1, с.84]. Первые нормативы профессиональной этики можно отнести к Гиппократу, сформулировавшему нормативы медицинской этики.

Этические нормы – это ценности и правила этики, которых должны придерживаться работники организации в своей деятельности. Правила содержат права, обязанности и ответственность за неисполнение обязанностей или превышение прав. Правила этики принимаются на общем собрании коллектива. По содержанию правила могут различаться в различных организациях. Этические нормы выступают в роли регулятора отношений в коллективе, который или будет способствовать успешной деятельности организации по достижению ее цели, или будет создавать препятствия, вести к распаду организации. Что при этом играет решающую роль? Конечно, личные предпочтения человека, его ценности. Каждый человек может отвечать за этику поведения лишь одного человека – самого себя. И то, как развиваются этические представления у человека – вопрос достаточно сложный, потому что при этом он затрагивает и тип личности, и личный опыт, и многое другое.

Рассмотрение этических проблем на рабочем месте стоит начать с изучения нормативных документов, которые регулируют этические нормы. Система регулирования поведения работников в трудовом коллективе достаточно сложна. Среди важнейших регуляторов, действующих в организации, необходимо выделить следующие. Во-первых, это Конституция Российской Федерации. Во-вторых, трудовой кодекс. В статье 189 указано «Дисциплина труда – обязательное для всех работников подчинение правилам поведения, определенным в соответствии с настоящим Кодексом, иными федеральными законами, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами, трудовым договором». В-третьих, коллективный договор. Кроме того, существующие в организации правила внутреннего трудового распорядка. Зачастую, формулировки примерно следующего вида «Работник обязан соблюдать морально-этические принципы и нормы, с уважением относиться к другим работникам, клиен-

там, конкурентам независимо от возраста или пола, гражданства, национальности, религии и т.п., вести себя корректно, достойно, не допуская отклонений от признанных норм делового общения». Кроме того, к регуляторам этических отношений можно отнести традиции, убеждение работников, религиозные ценности, которые разделяют работники, общечеловеческие ценности, групповые ценности и др. С целью повышения уровня этичности руководителей и рядовых сотрудников в настоящее время в организациях проводят множество мероприятий.

В зарубежной управленческой практике выработан ряд специальных мероприятий и методов, направленных на формирование здоровой этической основы трудовых отношений [2, с.106]:

- корпоративные кодексы, представляющие собой свод принципов и правил делового поведения, являются центральным элементом корпоративной этики. Сегодня их имеют почти все крупные корпорации и около половины мелких фирм;
- «карты этики» – набор этических правил и рекомендаций, конкретизирующих этический кодекс корпорации для каждого сотрудника компании;
- комитеты (или отдельные специалисты) по этике призваны вырабатывать этическую политику организации, а также решать конкретные этические проблемы, возникающие в ходе повседневной практики;
- обучение сотрудников и руководителей этичному поведению осуществляется, как правило, на базе семинаров и краткосрочных курсов.

Особенно широкое распространение получили этические кодексы и карты этики. В настоящее время наиболее часто используются два вида этических кодексов – профессиональные и корпоративные, которые регулируют отношения людей внутри данных групп.

Насколько правомерно использование кодекса при рассмотрении вопросов, связанных с нарушением этических норм? Казалось бы, ответ очевиден: в кодексах выделяется целый раздел, в котором освещаются вопросы по регулированию этических норм, а, значит, при решении вопросов в судебном порядке они могут использоваться.

Список литературы:

- 1 Дубинина М. В. Корпоративная этика как инструмент социального менеджмента / М.В. Дубина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002, №4. – С.84-95
- 2 Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – М.: Дело, 2000. – 280с.

Бартош Л.С., кандидат экономических наук, доцент

Филиал Российского государственного университета в г. Анапе

ГРУППЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РЫНОЧНЫХ СТРАТЕГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Теоретические подходы помогает предпринимателям определить сферу, где следует искать источники нововведений, подсказывают, как организовать предпринимательское управление на предприятиях разных категорий. Роль теории в этом случае сводится не к тому, чтобы помочь сделать лучше, а к тому, чтобы предостеречь от возможных ранее уже совершенных ошибок.

Любое нововведение, освоенное предпринимателем в производстве, принесет ему ожидаемую выгоду (прибыль) лишь в том случае, если улучшенные или новые товары (услуги) будут активно продаваться на рынке. Организация продаж новых товаров и услуг требует не меньших, а возможно и больших усилий, чем их производство. На рынке, как и в производстве, необходимо искать новые способы удовлетворения запросов потребителей, отличные от тех, которые традиционно сложились в торговле или уже используются потенциальными конкурентами. Поэтому организация продаж каж-

дого нового продукта или услуги, производство, которых всегда преследует цель- завоевание господствующего положения на рынке, требует разработки и осуществления соответствующей рыночной стратегии .

Выбор предпринимательской рыночной стратегии задача более сложная, поиск источников нововведений или создание предпринимательской системы управления производством, потому что здесь еще не сложились достаточно четкие теоретические подходы, на которые можно было бы опереться. Теория помогает предпринимателям определить сферу, где следует искать источники нововведений, подсказывает, как организовать предпринимательское управление в предприятиях разных категорий (новых или действующих, небольших или крупных). Однако выбор предпринимательской рыночной стратегии, полностью соответствующий определенному нововведению, представляет задачу, решение которой связано с высокой степенью неопределенности, непредсказуемости возможного поведения потребителей. Теоретически предвидеть, что может изойти на рынке определенного нового товара невозможно. Поэтому в разработке предпринимательской рыночной стратегии не может помочь никакая, даже совершенная теория. Предпринимательскую рыночную стратегию можно выстроить и принять к исполнению лишь с учетом конкретной ситуации, в пределах которой только и возможно реализовать продукт каждого конкретного нововведения. Роль теории в этом случае сводится не к тому, чтобы помочь сделать лучше, а к тому, чтобы предостеречь от возможных ранее уже совершенных ошибок.

Предпринимательские рыночные стратегии довольно разнообразны именно в силу своей конкретности и неповторимости. В основе всех их лежат принципы маркетинга, так как суть маркетинга собственно и состоит в выявлении того, что является полезностью для потребителя, что он желает приобрести, каковы взгляды и представления относительно данной потребности, как лучше ее можно удовлетворить, что для него представляет особую ценность и т.п. Поэтому любое предприятие, которое способно заложить принципы маркетинга в основу своей рыночной стратегии, имеет большие возможности стать лидером на рынке. своей рыночной стратегии.

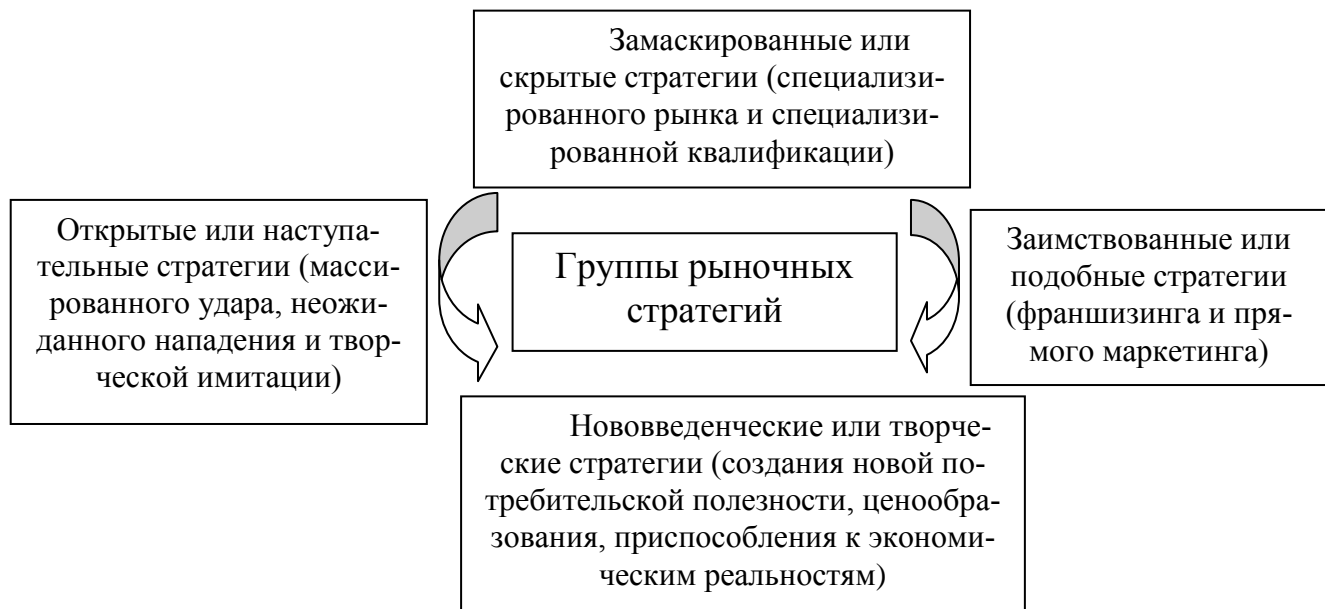


Рис. 1. Группы рыночных стратегий

К числу наиболее известных предпринимательских рыночных стратегий можно отнести: стратегии массированного удара, неожиданного нападения, творческой имитации, франшизинга, прямого маркетинга, специализированной ниши, необычной це-

новой политики, создания новой потребительской полезности учета реальных возможностей потребителей и многие другие.

Выбор конкретной рыночной стратегии для каждой фирмы зависит от многих обстоятельств: вида продукции, степени ее новизны и объема производства, целевых установок, финансовых возможностей, накопленного, профессионализма менеджеров, существующего законодательства и степени его исполнения и других. Исходя из преимущественного значения для фирмы того или иного обстоятельства, все наиболее известные рыночные стратегии мы условно объединили в несколько групп (рис. 1).

Предлагаемая нами на рис. 1 группировка при всей ее условности позволит предприятиям, учитывая свои условия, более конструктивно подходить к выбору собственной рыночной стратегии.

Открытые или наступательные стратегии в той или иной форме наиболее приемлемы для крупных предприятий, которые постоянно обновляют ассортимент выпускаемой продукции и занимают на рынке лидирующие позиции. Если предприятие к тому же занимается перспективными научными разработками, то для него наиболее предпочтительной является стратегия массированного удара. Она используется именно в том случае, когда предприятию удастся создать новый продукт, который обеспечивает доминирующее положение на рынке. Стратегия массированного удара предполагает решение одной точно рассчитанной задачи. Использование этой стратегии требует проведения тщательного предварительного анализа всей ситуации, которая может сложиться с появлением на рынке нового товара. Это стратегия не прощает ошибок и не дает возможности на вторую попытку. Из всех предпринимательских стратегий она наиболее рискованная, но ее успешное использование приносит огромные прибыли. Данную стратегию использовала, в частности, компания "Дюпон", когда после пятнадцати лет упорного труда в научных лабораториях было получено первое синтетическое волокно нейлон. Проведение стратегии массированного удара требует значительных усилий «средств, направленных на удержание господствующего положения на рынке.

Менее капиталоемкой и менее рискованной считается рыночная стратегия, получившая название творческой имитации. Творческий имитатор находится как бы в засаде, внимательно изучая знакомые ему рынки товаров и услуг. Он ищет тех, кто внедряет новшества, но только на приблизительном уровне, учитывая, о изначально достигнуть совершенства невозможно. Как только такая новинка появляется, предприятие-последователь, используя стратегию творческой имитации, вступает в действие и через некоторое время появляется на рынке с этим же товаром, но уже более совершенным. Такую стратегию может использовать производитель, который разбирается в существе нововведения лучше, чем его первые разработчики.

Классические примеры творческой имитации показывали японские фирмы в период восстановления хозяйства после второй мировой войны. Так в 1947 г. в американской компании "Белл телефон" был изобретен транзистор. Стратегия творческой имитации преследует цель если не полного господства на рынке, то по крайней мере прочного лидерства. Но эта стратегия менее рискованна, так как, когда имитатор вступает в действие, новшество уже известно, и рынок на него начал складываться таким образом, что спрос на новинку превышает возможности его первоначального создателя.

Начинающий предприниматель чаще всего не располагает достаточным для начала дела капиталом и не может быть уверен в том, что оно венчается успехом. В этом случае целесообразно обратиться к заимствованным рыночным стратегиям, в виде франшизинга и прямого маркетинга. Франшизинг представляет собой соглашение, при котором производитель как единоличный распространитель продукта (услуги), защищенных торговой маркой, дает эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции независимым розничным торговцам в обмен на получение от них платежей, установленных соглашением, и соблюдение технологии производственных операций. Рыночная стра-

тегия франшизинга в двойном отношении способствует распространению предпринимательства в обществе. Тем самым начинающий предприниматель может сэкономить значительные средства для организации своего дела и быть более уверенным в его успехе. Самым известным примером быстрого расширения бизнеса на основе рыночной стратегии франшизинга стала всемирная сеть закусочных быстрого обслуживания фирмы «Макдональдс». В 1955 г. основатель этой фирмы Рой Крок открыл первый ресторан в США; к началу 70-х годов их было создано 2500; в настоящее время фирма "Макдональдс" имеет около десяти тысяч таких предприятий по всему миру.

Для начинающих предпринимателей определенные выгоды может принести и рыночная стратегия прямого маркетинга. Прямой маркетинг предположительно возник в виде посылочной торговли в конце XX века. В настоящее время под прямым маркетингом понимается воздействие предпринимателя, стремящегося продать товары или услуги, на заранее определенную группу покупателей с помощью различных средств информации и коммуникации с целью получить заказ по почте, телефону или в виде персонального визита потенциального покупателя или клиента. Использование в прямом маркетинге средств информации и нацеленность его на определенную группу людей принципиально отличает его от других рыночных стратегий. Для использования такой рыночной стратегии не требуется больших складских помещений, специальной техники или большого числа рабочих. Капитал здесь расходуется в основном на составление списков адресов и телефонов, их размножение, рассылку, организацию расчетов с клиентами. Поэтому стратегия прямого маркетинга является наименее рискованной.

К числу рыночных стратегий, которые сами по себе являются нововведениями можно отнести стратегии: создания дополнительной полезности известного товара для потребителя; приспособления к экономическим реальностям потребителя; предложения потребителю того, что представляет для него истинную ценность; использования ценовой политики, отвечающей запросам и возможностям потребителя. Все эти стратегии требуют от предпринимателей тщательного изучения не только запросов, вкусов, пожеланий к потребительским свойствам со стороны потенциальных покупателей, но и их платежеспособных возможностей. Рассмотрение нововведенческих рыночных стратегий имеет определенный информационный интерес для российских предпринимателей, работающих часто в условиях ограниченной информированности и платежеспособности потребителей.

Список литературы:

- 1 *Блюммер К.* Система поддержки малого предпринимательства в Германии (возможный ориентир для России) // Деньги и кредит 2010 № 10.
- 2 *Колодина И.* Этот необычайный малый бизнес // Российская бизнес – газета 2009 от 30 октября.
- 3 *Колесникова Л.* Предпринимательство от «максимизации прибыли» к синергии социально – экономических систем // Вопросы экономики 2008 № 10.

Башкатова Т.А., к.э.н, доцент, Бородиенко В.В., Петренко Н.Г.

Ставропольский Государственный Аграрный Университет

ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОТ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

В данной статье выявлены отличия бухгалтерской управленческой отчетности от бухгалтерской финансовой отчетности. Указанные отличия определяются системой принципов формирования учетно-аналитической информации внутренней отчетности.

В России анализ развития бухгалтерской отчетности изначально показывал, что отчетность рассматривается как источник информации для внешних пользователей, а вот системы аналитической информации, которые основывались на данных бухгалтер-

ского учета и которые бы представлялись менеджерам и использовались ими при принятии управленческих решений, не существовало. Спустя некоторое время с развитием рыночных отношений данному направлению информационного обеспечения стало уделяться внимание. Однако с момента становления системы управленческой отчетности прошел сравнительно небольшой промежуток времени, но уже появились четкие различия между финансовой отчетностью и управленческой отчетностью. Основные различия можно произвести по следующим признакам:

Пользователи финансовой отчетности:

- бухгалтерская финансовая отчетность является публичной и представляется всем внешним пользователям, в том числе акционерам, кредиторам, инвесторам и т.д.;
- управленческая отчетность является коммерческой тайной и представляется менеджерам организации, которые отвечают за принятие конкретные управленческих решений.

Следовательно, информация управленческой отчетности удовлетворяет информационные потребности конкретной группы пользователей, но эти информационные потребности являются более обширными, нежели потребности внешних пользователей.

Регулирование порядка составления и представления отчетности:

- управленческая отчетность составляется в соответствии с регламентами ведения управленческого учета, разработанные самой организацией;
- финансовая отчетность – в соответствии с нормативными актами, стандартами, регулирующие процесс ведения бухгалтерского учета.

Наличие единообразной структуры (формата) отчетности:

- бухгалтерская финансовая отчетность составляется в соответствии с требованиями стандартов по бухгалтерскому учету, где прописаны набор обязательных форм публичной бухгалтерской отчетности, так и минимальный состав показателей, включаемых в отчетные формы;
- набор форм управленческой отчетности, формат ее представления, определяется организацией самостоятельно, в результате этого внутренняя бухгалтерская управленческая отчетность каждой организации оказывается уникальной.

Уровень детализации показателей отчетности:

- управленческая отчетность включает в себя детализированные показатели, характеризующие деятельность организации в целом и ее отдельных подразделений;
- финансовая отчетность, как правило, содержит только итоговые показатели, а также показатели, которые детализируются в приложениях к отчетности;

Характер показателей, включаемых в формы отчетности:

- бухгалтерская отчетность включает в себя показатели отчетного периода, а также показатели предшествующих периодов;
- в управленческой отчетности приводятся фактически полученные уровни показателей и плановые уровни, позволяющие оценить степень выполнения планового задания.

Состав показателей управленческой отчетности намного шире, следовательно, и структура сложнее. Управленческая отчетность рассматривается как готовый инструмент для принятия и обоснования управленческих решений, а вот финансовая отчетность содержит информацию, который внешний пользователь подвергает обработке и на основе этого он принимает решения.

Срок представления отчетности и периодичность составления:

- сроки представления и период составления управленческой отчетности также определяются самой организацией. Но при этом существует принцип оперативности, который подразумевает, что вся отчетность должна быть представлена в сжатые сроки по окончании соответствующего отчетного периода.

- сроки же представления финансовой отчетности регулируются определенным органом, ответственным за порядок составления и представления финансовой отчетности, а составляется она по состоянию на отчетные даты.

Полнота охвата объектов учета:

- финансовая отчетность содержит в себе информацию обо всех объектах бухгалтерского (финансового) учета, в качестве которых выступают имущество, обязательства и их движение;

- внутренняя может носить выборочный характер, т.е. может содержать информацию, которая является существенной для принятия управленческих решений.

Полнота охвата структурных подразделений организации:

- в бухгалтерской финансовой отчетности содержится информация о деятельности организации в целом, хотя существуют требования о составлении сегментной отчетности, характеризующей отдельные направления функционирования организации;

- управленческая отчетность содержит показатели, характеризующие деятельность организации как в целом, так и в разрезе структурных подразделений. Большое внимание уделяется составлению отчетности по центрам ответственности. Также здесь представлена информация о внешней среде организации.

Степень точности информации:

- финансовая отчетность имеет точную оценку показателей;
- управленческая отчетность основывается на оценочных значениях, т.е. носят приблизительный характер.

Временная ориентация отчетности:

- во внутренней бухгалтерской управленческой отчетности могут быть показатели, отражающие уже произошедшие факты хозяйственной деятельности и запланированные на будущее, так как задача управленческой отчетности состоит в том, чтобы представить информацию о развитии организации, и ее устойчивости в будущем;

- финансовая отчетность относится к уже свершившимся фактам хозяйственной деятельности.

Способы отражения информации, представляемой в отчетности:

- в бухгалтерской – приводится информация, сформированная в бухгалтерском учете с использованием метода двойной записи;

- в управленческой отчетности приводятся показатели, полученные с использованием любого способа сбора, регистрации и систематизации информации.

Проведя сравнительный анализ управленческой и бухгалтерской отчетности, были выявлены их существенные отличия, результаты можно представить в виде таблицы.

Таблица 25

Сравнительная характеристика управленческой и финансовой отчетности

Управленческая отчетность	Финансовая отчетность
Предназначена для внутренних пользователей	Предназначена в основном для внешних пользователей, налоговых органов, акционеров, кредиторов
Учетно-аналитическое обеспечение управленческих решений	Обобщает итоги
Имеет дело с прошлым настоящим и будущим	Использует данные прошлых периодов
Составляется в оптимальном для	Имеет жесткий определенный формат

восприятия виде	
Является конфиденциальной	Публикуется (или передается в налоговые органы)
Не обусловлена юридическими нормами	Составление требуется законом
Часто составляется в режиме реального времени и за короткий срок	Регламентированный срок предоставления отчетности
Может содержать как количественные, так и качественные параметры, выраженные как в стоимостном, так и в натуральном значениях.	Содержит только количественные данные

Таким образом, систематизировав основные отличия управленческой отчетности от бухгалтерской финансовой отчетности, можно сказать, что состав показателей и структура управленческой отчетности являются более сложными, чем аналогичные характеристики финансовой отчетности.

Характеристику управленческой отчетности можно изобразить схематично в виде рисунка.

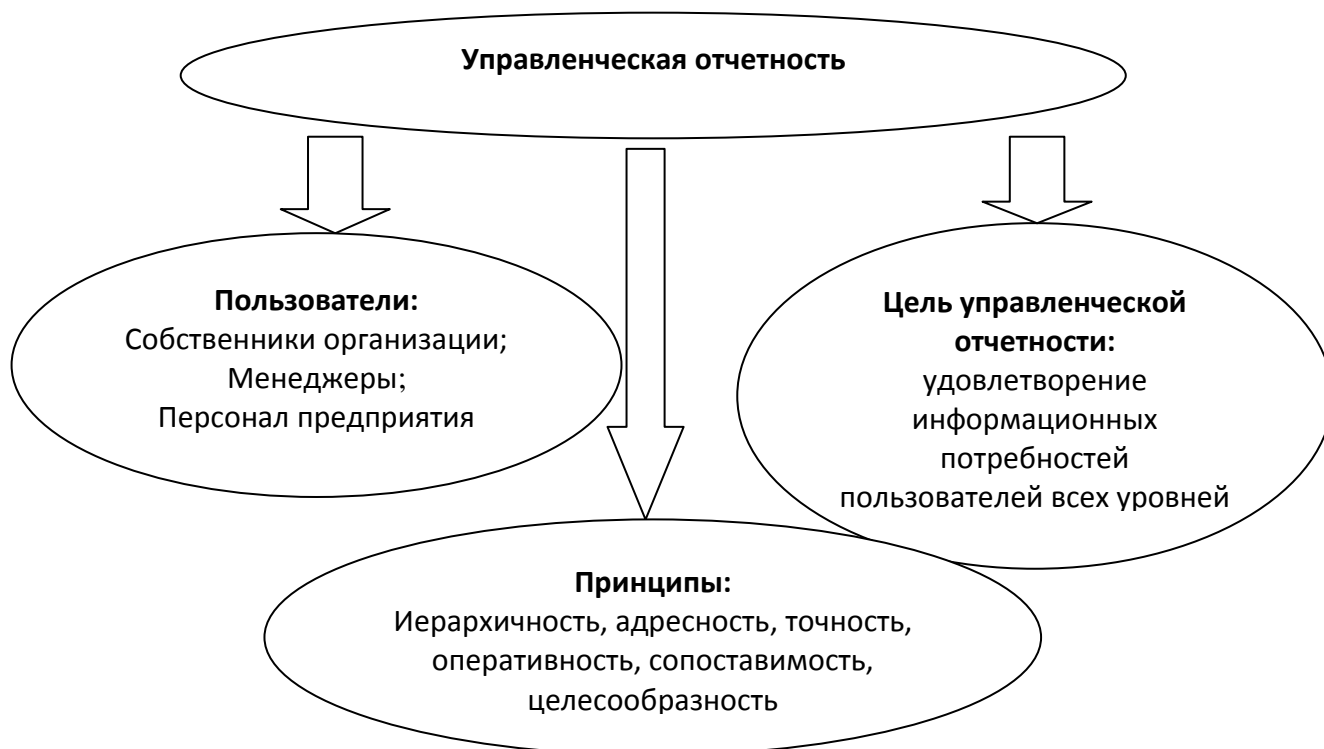


Рис. 29. Характеристика системы управленческой отчетности

Итак, управленческая отчетность важна, так как при составлении ее имеются преимущества, т.е. возрастает производительность, качество информации, возрастает гибкость и быстрое реагирование, взаимодействие между системой и пользователями,

возрастает эффективность связи и общения, быстрый обзор деятельности, выявление существующих проблем и т.д.

Список литературы:

- 1 Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник для бакалавров// под ред. Ровенских В.А./: Дашков и К, 2013 г.
- 2 Шеремет, А.Д. Управленческий учет: учебник// под ред. А.Д. Шеремет-М.: ИНФРА-М, 2013.

Башкатова Т.А., к.э.н., доцент, Диланян К.В.
Ставропольский государственный аграрный университет
ЭВОЛЮЦИЯ АУДИТА И ЭТАПЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Данная статья посвящена исследованию эволюции аудита как науки. Выделено три основных этапа в развитии аудита: подтверждающий аудит, системно - ориентированный аудит и риск - ориентированный аудит. Даны характеристики теорий, сформированных на каждом из этапов (теории адекватности, контроллинга, консалтинга). Рассмотрена история аудита на каждом этапе.

Развитие аудита как вида практической деятельности, совершенствование его методики, привело к смене концепций и формированию его основополагающих положений, приобретающих форму концептуальных основ и вовлеченных в конкретные теории аудита (адекватная теория, теория контроллинга и теория консалтинга). Возникновение данных теорий связано не только с кризисными явлениями в экономике, но и с необходимостью совершенствования технологии аудита, использования качественно новых концепций. Основные этапы развития аудиторской деятельности следует связывать с наличием законодательных актов, регламентирующих этот вид деятельности, а также развитием основополагающих теорий аудита [1].

На сегодняшний день выделяют три основных этапа развития аудиторской деятельности: первый этап – подтверждающий (1862 – до первой четверти XX века); второй этап – системно – ориентированный (первая четверть XX века – по 1983 г.); третий этап – консалтинговый (с 1983 г. по настоящее время).

Следует отметить, что в современном понимании, аудит возник в Великобритании, когда была создана нормативно-правовая база и в полной мере закреплён принцип независимости как один из основополагающих принципов аудита. В 1862 г. был принят закон об обязательном аудите, и аудит был признан отдельной отраслью экономической науки. Однако до 1862 г. имеются упоминания об аудите как виде практической деятельности, о его отдельных приемах, использующих в наши дни.

Первым упоминанием об аудите в англоязычных странах отмечался 1130 г. – данный термин содержался в документе архива казначейства Англии и Шотландии. Первым законодательным актом, регулирующим деятельность аудиторов, был закон, составленный в 1285 г. Королем Англии Эдуардом I. Таким образом, появляются первые зачатки применения принципа независимости в аудите. Королем Эдуардом II, 24 марта 1324 г. был подписан указ о назначении трех государственных аудиторов, в обязанности которых входила проверка счетов [5]. Аудитор выполнял функции контролера, однако это были государственные служащие. В этот период выделяют два типа аудита:

1) публичный аудит, который предусматривал слушание аудиторских отчетов в присутствии должностных лиц и граждан. Данные отчеты зачитывал вслух казначей.

2) тщательная проверка счетов уплат управляющих финансами крупных поместий, предусматривающая устный отчет аудитора перед владельцем и советом управляющих поместья. Аудитор, как правило, является членом совета и именно данный вид аудита является предшественником современного аудита.

В средние века широко применяются принципы бухгалтерского учета, основанные на двойной записи, изложенные монахом Лукой Пачоли, в фундаментальном труде, изданном в 1494 г. «Сумма арифметики, геометрии, учение о пропорциях и отношениях» [4]. Последователи Пачоли развивали методики ведения учетных регистров, главной книги, кассовых книг и т.д. и, как следствие, стали развиваться методики контроля и ревизий, основывающиеся на проверке правильности ведения записей.

Становление аудита как вида практической деятельности связано с развитием крупного производства, разделением интересов собственников, инвесторов и управляющих бизнесом. Собственники не могли полагаться только на финансовую информацию, которую предоставляли управляющие. Акционеры хотели быть уверенными в достоверности этой информации и в том, что она отражает реальное финансовое положение предприятия [2].

Существенные изменения в аудиторской деятельности, формирование новых теорий, появление новых подходов к проведению аудита и концепций тесно связаны с экономическими кризисами, которые выделяют основные недостатки аудита и требуют его дальнейшего совершенствования. В настоящее время выделяют три основополагающие теории аудита: теорию адекватности, теорию контроллинга и теорию консалтинга.

Теория адекватности нашла свое отражение в трудах английских теоретиков. Основная идея этой теории состояла в получении подтверждений путем прямого сравнения бухгалтерской отчетности. При этом применялись следующие виды сравнений: сравнение с учетными регистрами; сравнение с первичными документами; проверка логической увязки отчетных данных (колляция).

Второй этап развития аудиторской деятельности, названный системно-ориентированным, включает период от первой четверти XX века вплоть до 1983 года. Этот этап связан с развитием качественно новой теории контроллинга. В условиях, когда становится невозможным проверить каждую хозяйственную операцию, цель аудита смещается на исследование организации системы внутреннего контроля в проверяемом экономическом субъекте. Подтверждающий аудит трансформируется в системно-ориентированный. В соответствии с этой теорией, аудитор должен информировать собственника о том, насколько эффективно работала наемная администрация. Системно-ориентированный аудит предполагает наблюдение за системами, контролирующими операции (оценку системы внутреннего контроля организации). Если система внутреннего контроля является эффективной, то исключается необходимость в тщательной проверке, так как можно опираться на систему внутреннего контроля в части раскрытия ошибок и нарушений.

В тех областях, где контроль не эффективен, аудитору необходимо выработать рекомендации по его совершенствованию и предоставить консалтинговую услугу. Следовательно, системно-ориентированный аудит не только сочетает признаки, характерные для услуг контроля, но и включает консультационную деятельность, которая направлена на повышение эффективности деятельности аудируемого лица. Во Франции 1942 г. связан с созданием Палаты бухгалтеров-экспертов и аттестованных бухгалтеров, в США создан Институт внутренних аудиторов. С начала 1990 г. резко возросла доля затрат на информационные технологии, начинает использоваться риск – ориентированный подход. Все это приводит к необходимости совершенствования технологии аудиторской деятельности.

Начинается третий этап в развитии теории и практики аудита – риск – ориентированный. Он неразрывно связан с развитием теории консалтинга и использованием в практической деятельности риск – ориентированного аудита. Внешних и внутренних пользователей в большей степени начинает волновать вопросы, которые связаны с по-

вышением эффективности деятельности организации. Использование риск – ориентированного аудита предполагает, что он концентрируется на областях с более высоким возможным риском. В рамках развития теории консалтинга и практики риск – ориентированного аудита сформировались такие понятия аудита как существенность, аудиторский риск, выборка. Риск – ориентированный аудит сочетает в себе преимущества подтверждающего и системно-ориентированного аудита.

Таким образом, в современных условиях применяются все три вида аудита. Подтверждающий аудит проводится в организациях, попадающих под обязательный аудит, однако он может дополняться приемами системно – ориентированного и риск – ориентированного аудита. При совмещении аудита и консалтинговых услуг, предусматривающих выборку рекомендаций по совершенствованию системы внутреннего контроля, может успешно применяться системно – ориентированный аудит, но наиболее перспективным видом является риск – ориентированный аудит [3].

Список литературы:

- 1 *Андреев В.Д.* Практический аудит. М.: Экономика, 2010 г.
- 2 *Булавина Л.Н., Скляров И.Ю., Бездольная Т.Ю.* Аудит.// Аграрная наука, творчество, рост. – «Агрус». – Ставрополь: 2011г.
- 3 *Мерзликina Е.М., Никольская Ю.П.* Аудит: учебник. М.: ИНФРА-М, 2008 г.
- 4 *Пачоли Л.* Трактат о счетах и записях/ под ред. Я.В. Соколова. М.: Финансы и Статистика, 2008 г.
- 5 *Терехов А.А.* Аудит. М.: Финансы и статистика, 2009 г.

Башкатова Т.А., к.э.н., доцент, Каширин А.А.

Ставропольский Государственный Аграрный университет

FAQ: ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АУДИТА

В статье говорится о промежуточных итогах и возможных перспективах развития рынка аудита

Совсем недавно рынок аудита находился в преддверии глобальных перемен – после проведения реформы аудита, вступления в силу нового закона «Об аудиторской деятельности» и различных законодательных инициатив, касающихся перерегистрации аудиторов и повышения порогов обязательного аудита. Однако революции не произошло.

На данный момент, мы являемся свидетелями эволюционного пути развития как самой сферы аудита в России, так и аудиторской профессии.

Во-первых, происходит поэтапная дифференциация аудиторского рынка – укрупнение одних компаний и уход с рынка других. Основные игроки во всех сегментах определились со своей стратегией: уйти в консалтинговые ниши, развивать большую линейку услуг или формировать крупные аудиторские компании.

Во-вторых, становится ясно, кто формирует тенденции. Если в 2011-2012 годах все ждали глобальных изменений, но не понимали, откуда они придут, то 2013 год показал, что основную роль на рынке аудита играет государство. Объективно, это самый крупный инвестор и собственник в стране, а значит, и основной заказчик аудиторских услуг. Поэтому государство и проводит политику по регулированию рынка в своих интересах. Это показали и проверки Росфиннадзора, и перерегистрация аудиторов. Во многом это может дать определенные опасения, потому что какие-то игроки будут ущемлены и другим потребителям услуг будет сложно и тяжело работать только с этим сегментом.

Хотелось бы отметить, что 2013 год характеризуется увеличением качества аудита – этот процесс начался еще в 2012 году. Появились более жесткие требования к выполнению стандартов. Эта ситуация сложилась благодаря РФН и давлению со

стороны саморегулируемой организации аудиторов (СРОА), которые ужесточили контроль качества аудиторских услуг (ККАД). В результате, аудиторские заключения во многом стали обоснованнее и качественнее. Стоит сказать, что и потребители аудиторских услуг стали во многом более квалифицированно подходить к выбору и получению услуг.

Очевидными остаются проблемы демпинга, но они носят локальный характер. В основном искусственное занижение цен происходит в сфере государственных закупок. Главное, что те, кто практикуют демпинг, остаются во вчерашнем дне. За такие деньги невозможно оказать качественные услуги, какими бы маркетинговыми условиями это не оправдывалось. На мой взгляд, сейчас главная задача показать ценность аудиторских услуг на рынке и поднять цены, поскольку значимость аудита возросла.

Стоимость аудиторских услуг не поднималась в течение многих лет при повышенных затратах, связанных с саморегулированием. Серьезные клиенты готовы платить адекватную цену за новый уровень качества, за ту значимость аудиторской профессии, которая сейчас восстанавливается.

Что касается спроса на аудиторские и консалтинговые услуги, ситуация следующая. На определенные услуги спрос растет. Например, на услуги по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО), а также часто бизнес обращается к консультантам, чтобы получить защиту в налоговых спорах. Это определенное противодействие тем государственным законодательным инициативам, которые получает бизнес.

На экспертные услуги в области тарифообразования, напротив, спрос упал. Причина спада очевидна – отрасль стала жестче регулироваться государством. Теперь к услугам экспертов прибегают редко, профессиональное мнение требуется в исключительных случаях.

В 2014 году, по моим ожиданиям, будет продолжаться дифференциация рынка. Но серьезных прорывов в ближайшее время не будет из-за отсутствия предпосылок в экономике.

Большой толчок развитию аудита даст развитие МСФО, которые вошли в правовое поле России и регулируют составление бухгалтерской отчетности, а также принятие международных стандартов аудита. Это новые методологические подходы в работе и та ближайшая перспектива, которые качественно улучшат рынок.

Понятие "Международные стандарты финансовой отчетности" включает совокупность следующих документов:

- 1) Концепция финансовой отчетности,
- 2) Стандарты (IAS, IFRS),
- 3) Интерпретации Стандартов.

Концепция финансовой отчетности (The Conceptual Framework for Financial Reporting) определяет цели финансовой отчетности, качественные характеристики информации, порядок признания и измерения элементов финансовой отчетности, понятие капитала и концепций поддержания капитала. Схема "Концепция подготовки и представления финансовой отчетности".

Международные стандарты финансовой отчетности (International Accounting Standards, International Financial Report Standards) – это стандарты, посвященные вопросам составления финансовой отчетности общего назначения, они не регламентируют ни план счетов, ни бухгалтерские проводки, ни формы первичных документов и учетных регистров.

Следует отличать правила ведения учета и правила составления и представления отчетности. Есть стандарты, которые действительно говорят о составлении и представ-

лении отчетности, но есть и такие, в которых написано, что их цель – установить порядок учета тех или иных активов или обязательств.

В стратегическом плане, в будущем будет развиваться тенденция ухода от бумажного аудита. Речь пойдет об аудите компьютерных систем и бухгалтерских баз данных. В перспективе это будет электронный аудит. Но определенные задатки этого движения видны уже сейчас.

В настоящее время информационные технологии становятся одним из основных инструментов обеспечения адаптивности и конкурентоспособности экономических субъектов. По мере изменения требований внешнего окружения меняются требования, предъявляемые к программным продуктам и ИТ-сервисам (ИТ-услугам), что приводит к добавлению в их информационную инфраструктуру все новых и новых программно-аппаратных платформ.

Значительное число современных хозяйствующих субъектов, преодолевая традиционные подходы ведения финансово-хозяйственной деятельности, вступают в новый сегмент мировой рыночной системы, в электронный бизнес (Electronic business, E-business).

Если взглянуть на историю развития аудита, мы увидим три стадии: подтверждающий, системно-ориентированный и базирующийся на риске.

И в глобальной перспективе, будущее за системно-ориентированным аудитом, который был распространен в 20 веке. При этом подходы аудита начала 21 века, базирующегося на риске, тоже будет учитываться.

Список литературы:

- 1 www.coolreferat.com
- 2 www.cfin.ru/ias/e-business.shtml

Башкатова Т.А., к.э.н., доцент, Халидов Ш.А., Пичугина М.М.

Ставропольский Государственный Аграрный Университет
ОСОБЕННОСТИ АУДИТА СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

В данной статье рассмотрены особенности аудита страховых организаций, законодательная база, на которой строится аудит, и основные счета плана бухгалтерского учета.

Страховые организации являются главной частью современного мира, помогают увеличению эффективности всех сфер бизнес-деятельности, играют в роли главного двигателя процесса общественного воспроизводства. При этом постепенная эволюция страховых компаний помогает осуществлять аудиторский контроль.

Также необходимо выделить, что согласно ст. 29 ФЗ Российской Федерации «Об организации страхового дела в РФ» [1] страховщики должны опубликовывать бухгалтерские отчеты за прошедший год после подтверждения аудиторской компанией или индивидуальным аудитором правдивости данных, которые находятся в данных отчетах.

Аудиторские проверки страховых организаций проводят аудиторы, которые имеют квалификационный аттестат аудитора в области аудита организаций, осуществляющих страховую деятельность. В течение аудита у страховщиков проверяются стандартные операции, которые свойственны для деятельности юридических лиц различных отраслей хозяйства, такие специфические операции, которые характерны только для страховых компаний.

Специфичность аудита страховщиков проявилась при вступлении в силу специального страхового законодательства. Эта специфичность выражена в особенностях ведения бухгалтерского учета страховых операций и в формировании бухгалтерской

отчетности, в расчете страховых резервов, которые соответствуют характерным особенностям и в налогообложении страховых операций и т.д.

Принятый Государственной Думой РФ 24.12.2008 Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 №307-ФЗ дал начало появлению нового направления развития рынка аудиторских услуг, в так же и в сфере страховой деятельности.

Общие доход сотни самых крупных аудиторско-консалтинговых групп (АКГ) в 2013г. составили больше 65 млрд. руб. (с учетом показателей РwС и КППМГ), так как увеличились за год на 5 %[2]. Как и раньше, за счет консалтинговых работ образуется около 60 % их общей выручки.

В таблице представлены лидеры в аудите страховых компаний за 2013г.

Таблица 1.

Аудит страховых компаний

Аудиторско-консалтинговая группа	Выручка по направлению за 2013 год (тыс. руб.)
«Мариллион»	65 871
«Росэкспертиза»	27 620
«Информаудитсервис»	21 144
«ИНТЭК-Аудит»	18 471
«Листик и Партнеры – Москва тм»	11 564
«АудиторыСевернойСтолицы»	10 013
«Развитиебизнес-систем»	9 088
HLB Russian Group	8 195
«2К Аудит – Деловые консультации / Мори-сон интернешнл»	5 143
«Мазар»	4 450

Большую роль в финансовом менеджменте страховых организаций играет внутренний аудит. Очень важен внутренний аудит в случае, если у страховой организации есть разбросанные по географическому признаку филиалы или отделения, где местное руководство может принимать самостоятельные решения.

В данном случае главному руководству нужна правдивая информация об их деятельности, чтобы осуществлять контроль и полную оценку решений, которые будут приняты. Поэтому органы управления пользуются услугами внутренних аудиторов как вспомогательными ресурсами, которые дают возможность адекватно управлять компанией.

Наличие надежной системы внутреннего аудита в страховой организации, по мнению аудитора ЗАО «Ин-Аудит», д.э.н. В.В. Бурцева, дает возможность [3]:

- Обеспечения эффективного функционирования, стабильности и максимального (согласно установленным целям) развития организации в условиях многоплановой конкуренции;
- Сохранения и эффективного использования ресурсов и потенциала страховой компании;
- Своевременного определения и минимизации коммерческих, финансовых и иных рисков в управлении компанией;
- Формирования адекватной современным, постоянно меняющимся условиям хозяйствования системы информационного обеспечения на всех уровнях управления, по-

звolyющей своевременно адаптировать функционирование организации к изменениям во внутренней и внешней среде.

Важно выделить, что Государственной думой 7 июля 2010г. был принят в первом чтении проект федерального закона № 391338-5 «Об организации страхового дела в Российской Федерации», где в ст.28.2 (внутренний аудит) дается определение, что внутренний аудит нужен чтобы обеспечить надежность внутреннего контроля и проверки соответствия деятельности страховой компании действующему законодательству, нормативным актам, правилам и стандартам профессиональных объединений.

В соответствии с поправками за систему внутреннего контроля и аудита должны отвечать специализированные службы, главный бухгалтер, органы управления, ревизионная комиссия. Контролировать исполнение правил внутреннего аудита должно будет специальное отделение страховой организации или уполномоченное лицо (внутренний аудитор). Совет директоров (наблюдательный совет) или общее собрание участников (акционеров) обязано подтвердить положение о внутреннем аудите, которое содержит цели и задачи, объекты, формы и методы внутреннего аудита, порядок информирования акционеров и другие положения[4].

До вступления в силу поправок страховые компании, обычно большие, уже создавали службы внутреннего аудита, которые подотчетны напрямую главе компании, но по закону такое обязательство не регламентировалось. Законопроект, который содержит нормы о создании обязательных служб внутреннего контроля и внутреннего аудита.

В отличие от внутреннего внешнего аудит уже несколько лет считается обязательным элементом в обеспечении надежности страховых организаций. Согласно ст. 5 Федерального закона от 30.12.2008 №307-ФЗ. (ред. от 04.03.2014) «Об аудиторской деятельности» предопределяет следующие случаи обязательного аудита для предприятий: «...организация является кредитной организацией, бюро кредитных историй, страховой организацией, обществом взаимного страхования...».

Необходимо обратить внимание на то, что Министерство финансов Российской Федерации предоставило рекомендации по методике проверки образования страховых резервов при осуществлении аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности страховой компании, которые были созданы в полном соответствии регламенту нормативных правовых актов и подтвержденные Советом по аудиторской деятельности при министерстве.

Рекомендации нужны чтобы оказывать помощь аудиторским организациям для осуществления аудита организаций, занимающихся страховой деятельностью и обществ взаимного страхования, при этом рекомендации не относятся к страховым медицинским организациям по части контроля правильности создания резервов по обязательному медицинскому страхованию.

Рекомендации используются при проверке соблюдения аудируемым лицом правил фондообразования страховых резервов, которые установлены настоящим законодательством, и правильности выведения страховых резервов в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

После проверки на независимость, при аудите страховой организации сначала происходит представление руководителя проверки из состава сотрудников аудиторской компании, которая составляется приказом руководителя аудиторской фирмы. Заполненная руководителем аудиторской проверки копия приказа о назначении руководителя аудиторской проверки и форма «Независимость аудитора» подшиваются в «Дело клиента».

Планирование аудита является следующим шагом аудиторской проверки страховой организации.

При разработке общего плана аудита страховой организации в соответствии с требованиями федерального правила (стандарта) аудиторской деятельности №3 «Планирование аудита» аудиторам необходимо принимать во внимание:

- а) деятельность аудируемого лица;
- б) системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля;
- в) риск и существенность;
- г) характер, временные рамки и объем процедур;
- д) координацию и направление работы, текущий контроль и проверку выполненной работы;
- е) прочие аспекты.

Рабочая группа формируется после этапа планирования из привлеченных лиц, состоящая из сотрудников аудиторской организации [5].

Сотрудниками аудиторской организации и привлеченными специалистами в ходе проведения аудиторской проверки составляются рабочие отчеты аудиторов в соответствии со сроками проведения проверки, заполняются внутрифирменные стандартные документы и формы, планом и программой аудита [6]. Информация по данным работам может представляться в бумажном и (или) в части аудиторских доказательств электронном виде.

По окончании аудиторской проверки на основе заключений аудиторов по всем разделам аудиторской программы отчет составляется документально, которые отражены в рабочих документах.

Руководитель аудиторской организации и руководитель проверки подписывает аудиторское заключение с указанием номеров квалификационных аттестатов, даты их выдачи и органа, выдавшего аттестат, регистрируется в журнале регистрации исходящих документов и направляется клиенту.

В заключении можно отметить, что аудит страховых компаний можно считать одним из инструментов к увеличению со стороны населения доверия к страхованию, гарантия устойчивого роста страховых организаций на макро и микроуровнях.

Список литературы:

- 1 Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 28.12.2013) «Об организации страхового дела в Российской Федерации».
- 2 Российский аудит и консалтинг. 2013. URL: <http://www.raexpert.ru>
- 3 *Бурцев В.В.* Принципы внутреннего аудита в страховой компании // Управление в страховой компании. 2010. № 3.
- 4 *Бурцев В.В.* Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации. М.: ЭКЗАМЕН, 2007.
- 5 *Бычкова С.М.* Аудит для руководителей и бухгалтеров. – СПб.: Питер, 2009. – 384 с.: ил. – (Серия «Бухгалтеру и аудитору»).
- 6 Введение службы внутреннего аудита – рост расходов страховщиков. URL: <http://www.auditfinprom.ru>

Башкатова Т.А., к.э.н., доцент, Чиркова В.Ю.

Ставропольский государственный аграрный университет

ФОРМИРОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Данная статья посвящена анализу внутреннего аудита в коммерческих организациях, которые имеют на сегодняшний день достаточно высокую социальную значимость. Для оценки эффективности формирования внутреннего аудита в коммерческих организациях были подробно рассмотрены его стадии, принципы, блоки и рабочие стандарты.

Развитие и формирование рыночных отношений в народном хозяйстве Российской Федерации при разнообразии форм собственности и видов хозяйствования определяет новые требования к повышению эффективности управления деятельностью коммерческих организаций. Это вызывает потребность функциональной активизации и реформации внутреннего контроля как составляющего элемента и общей самостоятельной функции управления коммерческой организацией. Организация развивающихся форм и методов хозяйствования в коммерческих экономических субъектах необходима для перестройки их системы управления, совершенствования ее особенностей, совершаемых функций и методов управления [1]. Важную роль в данных условиях имеет организация действенного механизма контроля в системе управления предпринимательской деятельностью указанных организаций. Основанием для разработки этого механизма становится внутренний аудит.

Внутренний аудит должен проводиться на основе таких данных, как функционирование объекта управления и обеспечение единства административных решений, и их осуществление. Тем самым он может реально осуществить прямую и обратную связи, информируя о развитии, состоянии и исполнении этих решений. Отсутствие эффективного механизма управления и технологии его реализации ведет к образованию неэффективной системы управления в организациях.

Следовательно, вопросы рациональной организации внутривнутрихозяйственного контроля на основе разработки эффективной подсистемы внутреннего аудита являются важными условиями увеличения эффективности коммуникации информации в системе управления для принятия решений и регулирования хозяйственных процессов любой коммерческой организации [2].

Для качественной внутренней проверки, требуется создание специальной службы внутреннего аудита в коммерческих организациях. Работникам данной службы нужно изучить особенность организации, его структуру управления и объекты контроля. Также следует обозначить круг вопросов, которые необходимо раскрыть при проверках. Работникам службы внутреннего аудита важно иметь технику и методику по проведению проверок, разбираться в законодательных и нормативных актах, делать выводы по материалам проверок, находить решения по устранению и предотвращению недостатков и потерь, ресурсы для увеличения производительности всех видов деятельности организации и т.д.

Внутренний аудит представлен динамичным процессом и искусственной системой, которая имеет свою специфику содержания и формы. Он связан с применением средств и предметов труда. Этот процесс включает организационную, технологическую и завершающую стадии [5].

В организационную стадию включается:

- разработка, оптимизация и выбор способов последовательности действий;
- разработка всех нужных документов внутреннего регулирования аудита;
- нормативно-справочное и методическое обеспечение реализации внутреннего аудита;

- данные технического обеспечения процесса внутреннего аудита.

Технологическую стадию составляют:

• наблюдение, проверка, подготовка информации и ее интерпретация о фактах хозяйственной жизни;

- документирование аудиторского доказательства;
- соблюдение научного способа и независимость аудита;
- выбор оптимального способа из проблемной ситуации и др.

В завершающую стадию включены:

• синтез информации о собственности, обязательствах и экономических процессах организации;

- преобразование полученной информации в аудиторскую отчетность, проекты управленческих решений;
- информационная передача и проекты управленческих решений управленческому аппарату организации для принятия значимых решений, регулирования хозяйственных процессов.

Развитие внутреннего аудита и его осуществление на практике должны быть рационально организованы, т.е. все элементы системы нужно упорядочить и привести в единое целое [3].

Для результативного функционирования процесса внутреннего аудита в системе управления коммерческой организацией важно соблюдать такие принципы, как:

- систематичность процесса;
- оперативность сбора информации;
- комплексность выполняемых контрольных работ;
- рациональность обеспечения информацией;
- специализирование и кооперирование при выполнении контрольно-аудиторских процедур.

Важным в создании внутреннего аудита является формирование контрольно – информационных блоков. Объединенный подход к развитию таких блоков требует последовательного преобразования организации:

- переход к финансовой и административной структуре и распределение центров финансовой ответственности в качестве объектов аудита;
- контроль системы аналитических признаков, позволяющий осуществлять аудит с необходимой децентрализацией;
- разработка и реализация политики внутреннего аудита и др.

Для внутренних аудиторов коммерческих организаций необходимы рабочие стандарты [4]:

- Программно-тематические стандарты. По данным этих стандартов проводят внутренний аудит по определенной тематике и точному объекту контроля, для того, чтобы установить негативные явления или тенденции реформирования объекта, находящегося под контролем, и его управление, чтобы принять оперативные решения.
- Программно-операционные стандарты. Используя эти стандарты, внутренние аудиторы осуществляют проверку отдельных хозяйственных операций, отслеживая их с совершения и до момента окончания.
- Программно-результативные стандарты. По ним внутренние аудиторы проверяют объекты контроля и устанавливают положительные (отрицательные) отклонения от предписанных норм.
- Программно-целевые стандарты. Они нужны внутреннему аудитору для выявления подлинности по данным бухгалтерского учета.

Таким образом, все предложенные рекомендации ориентированы на организацию и увеличение эффективного функционирования внутреннего аудита в коммерческих организациях в условиях рыночной экономики. Данные рекомендации помогут:

- значительно усилить роль и значение внутреннего аудита в управлении коммерческой деятельностью;
- создать в организациях рациональную систему внутривоздействующего контроля;
- повысить качество осуществления внутреннего аудита и эффективность управления деятельностью коммерческих организаций в целом.

Список литературы:

- 1 *Алборов Р.А.* Аудит в организациях промышленности, торговли и АПК: учеб.пособие. 3-е изд., перераб. И доп. М.: Дело и Сервис, 2004. С.464.

- 2 Алборов Р.А., Галямова Т.Р. Внутрихозяйственный контроль (аудит) в организациях АПК. Уфа: 2004. С.80.
- 3 Арнс Э.А., Лоббек Дж.К. Аудит: пер. с англ./ главный редактор серии – профессор Я.В. Соколов. М.: Финансы и статистика, 1995. С. 250 .
- 4 Робертсон Дж. Аудит: пер. с англ.М.: КРМГ, Аудиторская фирма «Контакт» , 1993. С. 496 .
- 5 Скляр И.Ю., Бездольная Т.Ю., Мануйленко М.А. Организация и методика проведения внутреннего аудита.// Аграрная наука, творчество, РОСТ 2013. С. 259-262.

Бирюкова А.А.

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова

СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА

В статье рассмотрены основные виды финансового посредничества на современном этапе, проведен анализ доли банковских и небанковских финансово-кредитных институтов в общих активах кредитных систем.

Впервые ряд положений о посреднической миссии финансов был разработан еще в 1870 – 1880 гг. Данные постулаты стали основой теории финансового посредничества, которая выделилась в системе научных объяснений кризисов в XX веке. Напрямую кризисы она не рассматривала, скорее, решала задачи, связанные с организацией и управлением финансами. Теория финансового посредничества предоставила не только достаточное объяснение поведения финансовых учреждений и их участия в циклическом развитии хозяйства, но и сыграла ключевую роль в обосновании роли финансовых инструментов, рынков и государственной экономической политики на разных фазах экономического цикла. Тогда же стали широко использовать само понятие «финансовое посредничество».

Под финансовым посредничеством принято понимать определенный финансовый институт, основная деятельность которого заключается в аккумулировании свободных денежных средств и предоставлении их от своего имени на определенных условиях другим экономическим субъектам.

В современном мире одним из ключевых элементов финансовой системы любой страны с развитой рыночной экономикой являются финансовые рынки и финансовые институты, основное назначение которых заключается в организации эффективного перемещения денежных средств в прямой или опосредованной форме от сберегателей к заемщикам.

Прямое финансирование заключается в том, что заемщик и кредитор самостоятельно договариваются об условиях предоставления денежных средств. Например, заемщик должен выпустить ценную бумагу, номинал, срок погашения и другие характеристики которой, точно соответствовали бы требованиям кредитора. И до тех пор, обе стороны не придут к единому решению, перемещения денежных средств между ними не произойдет. Подобные недостатки в системе прямого финансирования явились причиной появления различных финансовых посредников.

К финансовым посредникам относятся, например, коммерческие и сберегательные банки, пенсионные фонды, лизинговые и факторинговые организации, страховые компании и т.д. Задачей финансовых посредников и является преодоление подобных затруднений во взаимодействии между кредитором и заемщиком. Они приобретают у заемщика требования, преобразуют их, а затем продают кредитору. Процесс такой трансформации носит название посредничества.

В последнее время на национальных рынках заемных капиталов развитых стран значительную роль стали выполнять специализированные небанковские кредитно-финансовые институты, которые заняли заметное место в накоплении и мобилизации

денежного капитала. К таким учреждениям можно отнести ссудо-сберегательные ассоциации, брокерские фирмы, страховые компании, инвестиционные и финансовые компании, пенсионные фонды, кредитные союзы. Эти институты значительно потеснили банки в аккумуляции сбережений населения и стали важными поставщиками заемного капитала.

Основными причинами, которые способствуют росту и усилению влияния специализированных небанковских учреждений, являются, во-первых, рост доходов населения в развитых странах, во-вторых, активное развитие рынка ценных бумаг. В-третьих, разнообразие услуг, предоставляемых небанковскими учреждениями, а также предоставление специальных услуг, которые банки предоставить не могут. Кроме того, ряд небанковских посредников могут, в отличие от банков, аккумулировать денежные сбережения на довольно длительные сроки и, следовательно, делать долгосрочные инвестиции.

Условно всех финансовых посредников можно разделить на 4 группы.

1. Наиболее распространенными финансовыми посредниками являются учреждения депозитного типа. Основная часть населения предпочитает пользоваться их услугами. Источником денежных средств для депозитных учреждений являются вклады на различных чековых и сберегательных счетах. Привлеченные средства используются для выдачи потребительских и ипотечных кредитов, а также ссуд фирмам. Выплата дохода по депозитным счетам, как правило, гарантируют одна или несколько страховых компаний, при этом гарантом надежности выступает государство. Таким образом минимизируется риск потери вложенной суммы. Вклады могут быть изъяты по первому требованию, поэтому денежные средства в данном финансовом институте обладают высокой ликвидностью. К данной группе относятся коммерческие банки, сберегательные институты, кредитные союзы.

2. Сберегательные учреждения, функционирующие на контрактной основе, получают средства под долгосрочные договорные соглашения и размещают их на рынке капитала. К посредникам этого типа относятся страховые компании и пенсионные фонды. Эти учреждения отличаются относительно устойчивым притоком средств от держателей страховых полисов и владельцев счетов в пенсионных фондах, поэтому проблема ликвидности не является для них первоочередной. Страховые компании и пенсионные фонды инвестируют средства в долгосрочные ценные бумаги, например в облигации, а в некоторых случаях — и в обычные акции.

3. Инвестиционные фонды продают свои акции инвесторам и используют полученные средства для приобретения прямых финансовых требований. Действуя в качестве посредников, они стремятся снизить номинал предлагаемых ценных бумаг и минимизировать риск невозврата заемных средств. Паевые (взаимные) фонды продают свои паи инвесторам и покупают на полученные деньги акции и облигации.

4. К данной группе относятся прочие финансовые посредники. Например, финансовые компании. Финансовые компании предоставляют заемные средства потребителям и субъектам малого бизнеса. В отличие от банков, они не принимают вкладов потребителей, а получают большую часть средств от продажи инвесторам краткосрочных обязательств, называемых коммерческими бумагами. Состояние их счетов определяется продажей акций и долгосрочных долговых обязательств.

Существует три основных типа финансовых компаний:

- компании потребительского кредита, предоставляют заемные средства домашним хозяйствам с возможностью погашения в рассрочку;
- финансовые компании делового кредита, специализируются на ссудных и лизинговых операциях в сфере бизнеса;
- компании торгового кредита, финансируют покупку товаров предприятиями розничной торговли.

Деятельность всех финансовых компаний регулируется постановлениями правительства. В соответствии с этими постановлениями осуществляется контроль над сделками, сроками предоставления ссуд, процентными ставками по ним, порядком погашения кредитов.

К этой группе также можно отнести федеральные агентства. Основная задача федеральных агентств заключается в снижении издержек и увеличении финансирования определенных секторов экономики. Агентства осуществляют на рынке прямого кредитования продажу собственных долговых обязательств (ценных бумаг федеральных агентств), ставка процента по которым равна установленной правительством или близка к ней. Привлеченные денежные средства направляются на кредитование тех секторов экономики, которые обслуживают данные агентства.

Итак, небанковские кредитно-финансовые институты занимают значительное место на рынке заемных капиталов. Эти институты привлекают существенные долгосрочные денежные ресурсы и мобилизуют их в виде инвестиций в экономику. Страховые компании и пенсионные фонды осуществляют важную социальную функцию.

В общих активах кредитных систем лидирующие позиции занимают банковские институты, главным образом коммерческие и сберегательные банки. Однако тенденция увеличения доли небанковских институтов в накоплении и перераспределении денежного капитала очевидна. Необходимо также принимать во внимание, что небанковские кредитно-финансовые институты обладают большей устойчивостью в условиях конъюнктурных колебаний, таких как кризисы, депрессия, инфляция, валютные и биржевые потрясения. Таким образом, для того чтобы не потерять свою долю в общих активах кредитных систем банковским институтам необходимо искать новые подходы к решению проблем в сфере финансов, проектировать, разрабатывать и реализовывать инновационные финансовые инструменты и процессы.

Богачев А.И., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный аграрный университет»

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО СТРАХОВАНИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

В статье рассматриваются вопросы развития комплексного страхования в сельском хозяйстве. На основе проведенного анализа доказана экономическая эффективность его применения и предложены направления разработки программ комплексного страхования.

Страховой рынок России в последние годы демонстрирует положительные тенденции развития, наблюдается увеличение общего объема страховых премий и их объема в расчете на душу населения, растет плотность страхования. При этом размеры страхования в агропромышленном секторе экономики существенно уступают другим видам страхования, а данный сегмент рынка страхования практически не развит.

В настоящее время более 80% отечественного рынка сельхозстрахования приходится на страхование с государственной поддержкой, типовые условия договоров которого не предполагают многовариантности. В результате сельхозпроизводитель не имеет возможности устанавливать приемлемый для него уровень покрытия, исключать из покрытия неактуальные для его региона и его сельскохозяйственных культур и животных риски. Все это лишает современную линейку предлагаемых страховых продуктов разнообразия, делая ее менее развитой по сравнению с западными странами [1].

В этой связи одним из основных направлений в развитии сельскохозяйственного

страхования выступает расширение линейки страховых услуг.

Наиболее актуальным и экономически целесообразным с точки зрения полноты, качества и своевременности защиты имущества и имущественных интересов видится разработка и предложение на рынке страхового продукта комплексного характера. Комплексное страхование позволяет связывать риски, возникающие в процессе банковского кредитования, материально-технического обеспечения, маркетинговой и производственной деятельности сельскохозяйственных предприятий, и максимально управляет ими. В свою очередь это снижает совокупные затраты предприятий на страхование и в целом синхронизирует финансовый механизм регулирования агропромышленного производства [2].

Для определения эффективности применения комплексного страхования и большей наглядности рассмотрим возможности его внедрения на примере Орловского филиала ОАО «ГСК «Югория». Филиал может предложить страхователю снижение ставки страхового тарифа за каждый следующий включенный в договор страховой случай на 0,01%, что обусловит снижение страхового тарифа и повысит привлекательность страховой услуги в глазах потенциальных страхователей. Эффективность внедрения комплексной системы будет определена на примере страхования КРС в ЗАО «Казанское» Ливенского района Орловской области.

Таблица 1.

Расчет эффективности внедрения комплексного страхования

Показатель	Стандартное страхование	Комплексное страхование
Страховая сумма, руб.	3397136,23	
Страховой тариф при страховании КРС от болезней, %	0,25	
Скидка в связи с осуществлением комплексного страхования, %		0,05
Страховой тариф при комплексном страховании КРС, %		2,35
Страховая премия, руб.	8492,84	79832,70
Вероятность возмещения ущерба, %	16,7	100
Страховое возмещение, руб.	452951,50	2717708,98
Эффективность для страховщика		
Абсолютный эффект страхования, руб.	-444458,66	-2637876,28
Относительная эффективность страхования, %	1,88	2,94
Эффективность для страхователя		
Снижение уровня риска, %		83,3
Абсолютный эффект страхования, руб.	444458,66	2637876,28
Относительная эффективность страхования, руб./руб.	53,33	34,04

Страхуя поголовье КРС от болезней предприятие игнорирует пять из шести принимаемых страховщиком рисков, т.е. хозяйству будет возмещен один из шести случаев получения ущерба, а вероятность осуществления страховой выплаты составит 16,7%. В этом случае страховое возмещение составит 452,9 тыс. руб. В случае же комплексного страхования от полного пакета рисков вероятность осуществления страховой выплаты при получении предприятием ущерба составит 100%, сумма страхового возмещения будет ниже страховой суммы на величину 20% устанавливаемой безусловной франшизы и составит 2,7 млн. руб.

Из материалов таблицы видно, что абсолютный эффект страхования для ГСК «Югория» по одному риску выше, чем при комплексном страховании. Тем не менее, соотношение выгод и затрат выше при осуществлении комплексного страхования, что свидетельствует о более высокой эффективности данной системы для страховщика. Кроме того, снижение страховых тарифов является привлекательным в глазах потенциальных страхователей фактором, способствующим росту страхового портфеля компании и расширению объемов сельскохозяйственного страхования.

В отношении же ЗАО «Казанское» абсолютный эффект комплексного страхования выше, чем при страховании лишь одного риска. Превышение относительной эффективности единичного страхования над комплексным компенсируется повышением страховой защищенности предприятия от сельскохозяйственных рисков более чем на 80%, что позволяет говорить о достаточно высокой эффективности комплексного страхования как для страховщика, так и для страхователя.

Следует отметить, что для обеспечения решения задачи расширения линейки страховых услуг разработка программ комплексного страхования может проводить по двум основным вариантам:

1) сельхозпредприятию предлагается максимально широкий спектр страхового продукта (все основные риски), а в процессе подписания договора страхователь может убрать из объема страхового покрытия то, что на его взгляд кажется лишним.

2) разработка основной базисной программы страхования и дополнительных модулей к ней, которые при заключении договора могут быть добавлены к основному продукту по усмотрению страхователя.

Кроме того, продуктовой линейки могут быть дополнены погодным индексным страхованием. Такой подход способствует большей ясности и оперативности урегулирования убытков, т.к. базируется на использовании объективных данных третьей стороны (в первую очередь погодных или сельскохозяйственных служб) [3].

В конечном итоге использование комплексного страхования позволит расширить линейку страховых услуг, повысит востребованность агрострахования со стороны сельхозтоваропроизводителей, увеличив степень защиты их имущества и имущественных интересов.

Список литературы:

- 1 *Богачев А.И.* Агрострахование как звено продовольственной безопасности // Агропродовольственная политика России. 2014. – №3.-с. 9-13
- 2 *Никитин А.В., Щербаков В.В.* Страхование сельскохозяйственных культур с государственной поддержкой: науч. издание. – Мичуринск-наукоград РФ: Изд-во Мичурин. гос. аграр. ун-та, 2006. – 190с.
- 3 *Шнайдер К.* Индексные страховые продукты: Решение для развивающихся стран. URL: http://www.agroinsurance.com/ru/agribusiness_insurance/products/weather_index/?pid=523

Бояр В.М., проректор по учебно-методической работе, декан юридического факультета ГУАП, доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой информационного права и правообразования, заслуженный юрист РФ, почетный работник высшего профессионального образования РФ;

Глуценко Петр Петрович, заместитель декана юридического факультета по научной работе, руководитель магистерской программы «Правозащитная деятельность», профессор кафедры информационного права и правообразования юридического факультета ГУАП, доктор юридических наук, профессор, заслуженный юрист РФ, почетный работник высшего профессионального образования РФ, эксперт Программы ЮНЕСКО «Информация для всех».

*Санкт-Петербургский государственный университет
аэрокосмического приборостроения*

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТА ПРАВАЗАЩИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – НОВОЙ НАУЧНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ЮРИСПРУДЕНЦИИ

Статья посвящена понятию, сущности и предназначению института правозащитной деятельности – новой научной специальности юриспруденции (12.00.11). В ней представлено обоснование тому, что правозащитная деятельность является правовым, межотраслевым институтом, предназначенным обеспечивать реализацию и защиту конституционных, жилищных, трудовых, имущественных, семейных и иных прав, свобод и законных интересов граждан. Доказательством указанному служат: а) наличие специальных субъектов; б) наличие специальных объектов; в) правовая база; г) правоотношение; д) механизм правового регулирования.

Сущность и назначение (функции) позволяют назвать определяющие содержание института правозащитной деятельности составные части, элементы:

- направление мероприятий политического, экономического, социального, административного и правового характера;
- нормативно-законодательную базу заявленных направлений деятельности государства;
- организационно-административный аппарат, управляющий правозащитной деятельностью, осуществляющий правозащитную деятельность;
- основания и условия обращения к правозащитной деятельности;
- правовые методы, средства и способы защиты субъектов конституционно-правовых отношений;

Представленные авторами составные части института правозащитной деятельности наделяют возможностями объективного характера заявить о том, что они имеют свои субъекты и объекты, правовой статус субъектов, участвующих в правовых отношениях. Одновременно подчеркнём, что наличие правозащитных отношений является доказательством наличия соответствующей правовой базы, позволяющей оказывать правовую помощь в ней нуждающимся, которые вправе именовать правовыми правозащитными отношениями.

В свою очередь по нашему убеждению **правовые отношения** представляют собой разновидность правоотношений, относящихся к самостоятельному правовому институту, то есть к институту правозащитной деятельности. Представляемый нами **институт правозащитной деятельности** значительно отличается от любого из существующих тем, что является комплексным, так как он регламентируется нормами различных отраслей права (конституционного, административного, образовательного, трудового, финансового, семейного, жилищного, уголовного) и др., а также общепринятыми принципами и нормами международного права. Взаимодействие столь многих принци-

пов и норм различных отраслей российского права в правовых отношениях зависит от конституционного права или свободы, по поводу которых они возникают.

Настала пора представить сущность, содержание и особенности каждой составной части правозащитной деятельности, которую представляют мероприятия, имеющие прямое отношение к политике, экономике, организационно-административным и правовым направлениям.

К мерам политического характера, по убеждению авторов статьи, следует отнести:

- соответствующую государственным интересам внутреннюю и внешнюю политику, способную обеспечить суверенность, незыблемость государства, ибо она обязана быть ориентирована на заботу о российском производителе, защите государственных экономических интересов, обеспечение возможности исключения безработицы. В тоже время, деятельность, направленная на подчинение экономики диктату зарубежных корпораций, сохранение экономической, а следовательно, и политической зависимости не позволят обеспечить эффективность любого правового института, в том числе и правозащитного;

- наличие надлежащих условий, позволяющих функционировать предприятиям с любой формой собственности, обеспечивающих способным работать и зарабатывать, а тем, кто не способен работать в силу различных объективных причин, получать эффективную защиту от государства.

Мерами экономического характера вправе, по мнению авторов признать: усовершенствование содержания и сущности налоговой политики; ликвидацию посредничества; совершенствование деятельности по закрытию таможенных границ с тем, чтобы зарубеж не уходили материальные ценности, огромные денежные суммы; пересмотр оснований и условий предоставления льгот по налоговому обложению, оставив их только для отдельных структур, осуществляя обязательный строжайший контроль и надзор за их деятельностью.

Каким же образом соотносятся названные меры экономического характера с защитой интересов граждан, государства? Все они по убеждению авторов имеют непосредственное отношение к механизму правозащитной деятельности.

Основными направлениями функционирования института правозащитной деятельности по убеждению авторов вправе признать:

- адресную эффективную социальную политику, способную учитывать особенности регионов, конкретных граждан, которым необходимы советы о возможных вариантах получения необходимой материальной помощи, вакантных местах деятельности, порядке возмещения причиненного ущерба, обеспечении защиты чести и достоинства, представляющую основное направление в правозащитной деятельности;

- деятельность организуемая и осуществляемая административно-правовым аппаратом, в состав которого входит система органов государственной власти, местного самоуправления, наделенная определенными полномочиями и предметами ведения в сфере государственно-правового обеспечения реализации и защиты прав и свобод граждан.

Важной и эффективной частью института правозащитной деятельности авторы исследования считают законодательную базу, без наличия которой невозможно осуществлять какие-либо социально-правовые мероприятия. Указанная составная часть института правозащитной деятельности включает в себя законы и ратифицированные конвенции имеющие отношение к правозащитным функциям. Авторы исследования вынуждены констатировать, о несовершенстве пока всей системы правозащитной деятельности Российской Федерации. Необходимо согласиться с профессором Глуценко П.П. в том, что в число таких требований входят:

- обязательность полного соответствия национального правозащитного законодательства международному;

- исключение возможности противостояний законодательства Конституции России;

- наличие предписаний об обязательности придания силы закону высшим законодательным органом;
- исполнение законопредписаний всеми, всюду и всегда;
- наличие экономических возможностей обеспечить действие законов;
- создание условий для осуществления проверки исполняемости законов¹⁴.

Авторы статьи убеждены в том, что эффективным и соблюдаемым может быть только тот закон, который в полной мере отвечает приведенным выше положениям, так как при их несоблюдении он будет вреден, разлагающе действуя на любые другие законы. Такое несовпадение недопустимо для законодательной базы правозащитного предназначения в силу того, что на её основе обеспечиваются права и свободы человека и гражданина.

По убеждению авторов статьи законодательная база, регламентирующая правозащитные отношения, обязана соответствовать сложившимся условиям, на базе которых осуществляется реализация и защита прав и свобод граждан.

Одной из сложнейших, по мнению авторов проблем, следует считать экономические возможности Российской Федерации, не учитывая которые правозащитные меры любого характера, уровня невыполнимы. В силу указанного необходим кадастр возможных реальных форм и видов государственно-правовой помощи. Авторы исследования считают, что крайне необходимо обязательное применение юридической ответственности (административной, дисциплинарной, гражданско-правовой, материальной, уголовной) к лицам, допускающим любые отступления от установленного порядка деятельности в процессе участия в правозащитных отношениях.

Эффективное функционирование института правозащитной деятельности невозможно без наличия и активного использования законов и подзаконных актов многоцелевого предназначения (трудовой кодекс; закон о защите прав потребителей; пенсионное законодательство; жилищный кодекс и многие другие).

Приведённые нами законы не персонифицированы, имеют общий характер, но предназначены для реализации функции государственно-правовой помощи и защиты. По нашему мнению, это относится ко всей законодательной базе России. Проблема и причина «пробуксовки» законов, о чём свидетельствует правовая практика порождена проблемами функционирования административно-организационного аппарата, ибо все федеральные и муниципальные законодательные, исполнительные и судебные органы обязаны осуществлять государственно-правовую защиту субъектов конституционно-правовых отношений.

Любая деятельность не вправе противоречить действующему законодательству, однако это самый больной вопрос, ибо функционирование отдельных социальных органов, структур, обязанных заниматься правозащитной деятельностью еще не владеют навыками использования правовых методов, средств и способов её механизма¹⁵. Решение проблемы устранения существующих в правозащитной деятельности противоречий возможно только на основе совершенствования правозащитного законодательства

¹⁴ Механизм организации и осуществления государственно-правовой защиты прав, свобод и законных интересов граждан в РФ. Монография / Под общ.ред. П.П. Глущенко. – СПб., 2013. –С. 27-28.

¹⁵ Подробнее см.: Сафонов В. А., Кильдеев А. Х. Правовая защита субъектов трудовых отношений. – СПб., 1996; Как не стать жертвой преступления, мошенничества и обмана. – СПб., 1995; Аргументы и факты. 1987. № 44. С. 2; Независимая газета. 26.11.1997; Правда. 12.11.1997; Кузьмичев В. Дешевая распродажа. «Молодые реформаторы» продают десятки предприятий, несмотря на плохую конъюнктуру рынка // Независимая газета. 13.11.1997; Скуратов Ю. Масштабы творящихся беззаконий потрясают // Правда. 04.03.1998; Боер В.М., Глущенко П.П., Сербин М.В. Правозащитная деятельность. Современная Теория и Практика. У. Часть 1.

субъектов Российской Федерации¹⁶, которому чаще всего приходится защищать конституционные права, свободы и законные интересы гражданина. Правозащитное законодательство обязано соблюдаться и действовать в полном соответствии с содержанием п. «б» ст. 72 Конституции РФ.

Реализацией возможностей механизма правозащитной деятельности чаще всего и гораздо в большей степени занимаются физические лица, решающие проблемы оказания правовой помощи нуждающимся в ней гражданам¹⁷. Правило для всех одно – наступление ответственности за непрофессиональные консультации или действия, а причинение такой помощью существенного ущерба влечёт наступление гражданско-правовой либо уголовной ответственности. Особенностью социально-правовой деятельности, по мнению авторов, является то, что неверное, непроверенное истолкование закона чревато наступлением серьезных последствий, в силу указанного, правозащитной деятельностью, следует заниматься специалистам, профессионалам, людям совестливым и дорожающим своей честью и достоинством тех, кто им доверился и пришел к ним со своей бедой, своими проблемами.

Основания и условия получения гражданами правовой помощи и защиты представляют собой, по нашему мнению, самостоятельную и весьма важную составную часть правозащитной деятельности. По убеждению авторов монографии под руководством профессора Глушенко П.П. следует начинать с Конституции России. Ст. 17 Конституции гласит: «1. В Российской Федерации признаются и гарантируются права и свободы человека и гражданина согласно общепризнанным принципам и нормам международного права и в соответствии с настоящей Конституцией. 2. Основные права и свободы человека неотчуждаемы и принадлежат каждому от рождения. 3. Осуществление прав и свобод человека и гражданина не должно нарушать права и свободы других лиц».¹⁸

После исследования содержания указанной статьи следует вчитаться в суть всех статей от 18 до 48, которыми гражданам Российской Федерации предоставлены различные важнейшие права и свободы, защищаемые государством, его органами и организациями. Так, ст. 48 Конституции недвусмысленно констатирует, что «1. Каждому гарантируется право на получение квалифицированной юридической помощи. В случаях, предусмотренных законом, юридическая помощь оказывается бесплатно».

По мнению авторов исследования, Конституцией России закреплено право граждан на предоставление им не просто юридической, а квалифицированной юридической помощи, ибо за неквалифицированную может быть применена к виновным юридическая ответственность.

Эффективность института правозащитной деятельности во многом определяется умением использовать правовые методы, средства и способы оказания юридической помощи, организации правовой защиты. Правовая защита конституционных прав и свобод граждан по мнению, даже убеждению авторов в полной мере зависит от того, кому и как она предоставляется, насколько она эффективна.

Проведённое исследование, юридическая практика позволяют утверждать, что **институтом правозащитной деятельности следует признать установленный законами и не только национальными, механизм взаимодействия субъектов правоот-**

¹⁶ См.: Щендригин Е. Н. Местное самоуправление и государственная власть в России. – СПб. 1997. – С. 193–222; Герасимов А. П. Контроль в управленческой деятельности органов УВД. – М., 1983; Глушенко П.П. Указан.соч. С. 66-70.

¹⁷ Подробнее см.: Федеральный закон РФ «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации». – СПб., 2002.

¹⁸ Механизм организации и осуществления государственно-правовой защиты прав, свобод и законных интересов граждан в РФ. Монография. – СПб., 2013. – С. 67-70.

ношений, способный обеспечить реализацию и защиту конституционных прав, свобод и законных интересов.

В представленном авторами утверждении акцентируется внимание на таких существенных признаках данного института, как:

• **сущности данного института**, то есть организации и осуществлении правозащитной деятельности;

• **объекте правозащитных отношений**, то есть, тех общественных отношениях, урегулированных правом, на основе которых обеспечивается защита прав и свобод граждан;

• **нормативно-правовом характере обеспечения прав и свобод граждан.**

Взаимоотношение всегда регламентируется законами и подзаконными актами, в крайнем случае, ещё действующими, признаваемыми традициями, обычаями, из сказанного следует, что порядок правозащитных отношений представляет собой четко регламентированный механизм взаимоотношений его субъектов. Разрешение возникающих между ними конфликтов, наделяют граждан вариантами поведения: самостоятельно искать выход, либо обратиться за помощью к третьим лицам.

Приведенное авторами статьи позволяет утверждать, что:

- институт правозащитной деятельности, порядок его функционирования свидетельствуют о том, что они диалектически связаны с правовой защитой и определяются комплексом политических, идеологических, социальных и юридических факторов;

- эффективность, качество правозащитной деятельности предназначено для всех субъектов различных видов правоотношений;

- сущность и эффективность правозащитной деятельности усматривается в повседневности функционирования правозащитной функции государства и уровня правовой культуры¹⁹;

- правозащитная деятельность невозможна без владения гражданами и органами государственной власти правовыми методами, средствами и способами;

- **эффективность, качество правозащитной деятельности требуют повседневности обучения, совершенствования законодательной базы и ответственности органов государственной власти за ее осуществление;**

- правозащитная деятельность вправе именоваться самостоятельным, межотраслевым правовым институтом, вобравшим в себя содержание различных отраслей национального законодательства.

Институт правозащитной деятельности в современной России, по мнению авторов, занимает особое место среди правовых институтов, в силу того, что в нем заинтересованы все субъекты любых правоотношений.

Болдырев В.М., доцент

ФБОУ ВПО «Новосибирская государственная академия водного транспорта»

К ВОПРОСУ ОБНОВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТНОГО ФЛОТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Проблема обновления транспортного флота в судоходных компаниях России сегодня стоит особенно остро, с одной стороны нормативные сроки службы по исполь-

¹⁹ Ленин В. И. О культуре. – М., 1980. – С.3–7; Виноградов А. П. К. Маркс и Ф. Энгельс о культуре. – Харьков, 1959. – С.3–6; Горанов К. Культура и искусство в быстро меняющемся мире // Искусство в системе культуры: социологические аспекты. – Л., 1981. – С.9–11; Сальников В. П. Социалистическая правовая культура. – Саратов, 1981; Малехин Б.И. Культурное и научное общение народов: правовое регулирование. – Воронеж, 1994. – С.7–25; Сальников В.П. Правовая культура сотрудников органов внутренних дел. – Л., 1988; Кучмаева И. К. Культура подлинная и мнимая. – М., 1987.; Правовая культура – основной показатель качества юридического образования / Материалы международной научно-практической конференции СПбУиЭ 27-28 ноября 2009г. / Под общ. Ред. П.П. Глущенко. – СПб., 2010. – 292с.

зуюмому флоту закончились в конце 20 столетия, с другой выросли фактические затраты на текущий и капитальный ремонт и все это на фоне повышения требований по обеспечению безопасности судоходства.

Важной особенностью речного транспорта является многообразие путевых условий судоходства по габаритам судового хода (глубине, ширине, радиусу кривизны), скорости течения, ветро-волновому режиму, продолжительности навигации и др. Известно также, что экономические показатели речных перевозок существенно зависят от основных характеристик судов (грузоподъемности, мощности и др.). В связи с этим с 30^х годов на речном транспорте по предложению Звонкова В.В. велись исследования и проектно-конструкторские разработки по типизации судов, т.е. выявлению их экономических типов, наиболее приспособленных к условиям плавания в нескольких бассейнах.

Однако стремление максимально реализовать потенциальные возможности изменяющихся путевых условий судоходства на разных участках водных путей, а также тенденция к всемерному увеличению грузоподъемности судов, основывающаяся на максимальном использовании “эффекта масштаба”, привели к тому, что принимаемые типоразмеры судов часто пересматривались, а количество типов судов резко возросло, достигая в основных бассейнах Сибири и Дальнего Востока до 100 и более. (Для сравнения: на железнодорожном и автомобильном транспорте при значительно больших размерах перевозок количество типов подвижного состава почти в 10 раз меньше).

В результате условия эксплуатации флота, его ремонта и обслуживания ухудшились, а желаемое улучшение экономических показателей практически оказалось недостижимым. Однако до последнего времени предпринимаются попытки дальнейшей дифференциации типов судов с градацией до 10 ÷ 50 т. грузоподъемности, а также поиски «оптимальных» типов судов чуть ли не для каждой речки. При этом все более заметно проявляются ориентация не на средненавигационные, а только на гарантийные габариты судового хода.

Выбор рациональных типов судов для речных перевозок и оптимизация структуры флота для транспортного предприятия действительно представляет сложную задачу, т.к. здесь одновременно приходится учитывать действие противоречивых факторов, важнейшими из которых являются:

1. большое разнообразие путевых условий судоходства на отдельных участках маршрутов перевозки;
2. существенная эластичность экономических показателей по перевозкам по перевозкам от грузоподъемности, мощности и др. характеристик речных судов, проявляющаяся в виде “эффекта масштаба”, отмеченного выше;
3. большее влияние на экономичность перевозок балансовой стоимости судов, которая в свою очередь очень сильно зависит от их серийности.
4. обширная номенклатура грузов, которые потенциально могут быть предъявлены к перевозке, и неустойчивость (изменчивость) грузопотоков и их характеристик вследствие пионерной роли речного транспорта на значительной части сибирского и дальневосточного регионов;
5. длительные нормативные сроки службы основных типов речных судов, достигающих 30 ÷ 32 лет, в течение которых путевые условия судоходства, объемы и характеристики перевозок подвержены заметной изменчивости;
6. общеэкономическая ситуация в стране (уровень цен на отдельные ресурсы, ставки оплаты труда, банковского процента за кредит и др.), которая также может изменяться.

В процессе реформирования экономики появились дополнительные факторы, усложняющие рассматриваемую задачу:

а) в рыночной экономике нет места обезличенности: каждая партия груза имеет своего конкретного собственника со своими интересами; вследствие этого заметно увеличивается количество мелкопартионных отправок, возникает, необходимость тщательной оценки экономичности каждой конкретной перевозки с позиции грузовладельца, т.е. маркетингового подхода, и отказ от оперирования усредненными валовыми показателями;

б) ослабление принципов централизации и единства и развитие тенденции к изолированности технологических звеньев речного процесса, разделение его даже в границах одного бассейна по отдельным производственным, коммерческим структурам (судоходным компаниям, самостоятельным портам и др.)

в) выделение подразделений путевого хозяйства в государственные предприятия, финансируемые из бюджета, с иной формой собственности, а следовательно, и с другими интересами (подходами) к организации производства и оценки эффективности инвестиций;

г) резкое возрастание факторов риска и неопределенности, как неизбежных атрибутов рыночной экономики.

Принимая во внимание большое количество указанных противоречивых факторов, действующих в условиях изменчивости и неопределенности, задачу обоснования и выбора рациональных типов судов следует рассматривать как стратегическую и решать ее поэтапно методом последовательных итераций с учетом свойства эмерджентности, т.е. выбором наиболее приемлемого критерия для каждого этапа, и использованием теории игр.

Предварительный этап – это подбор (назначение) возможных типов (типоразмеров) судов и ориентировочная оценка их основных эксплуатационно-технических и экономических характеристик. При этом необходимо иметь в виду следующее:

В отличие от распространенных в последние годы рекомендаций по определению грузоподъемности и др. параметров на основе гарантийных габаритов судового хода при подборе грузовых судов следует ориентироваться на полезно используемые средненавигационные габариты, которые в зависимости от особенностей реки на 20 ÷ 25% и более превышают гарантийные. Этим достигается наиболее полное использование транспортного потенциала водных путей и улучшение экономических показателей перевозок (Не случайно в дореволюционный период на Волге при гарантийной глубине 1,5 ÷ 1,6 м купцы строили и успешно использовали нефтеналивные баржи с осадкой свыше 3 м, грузоподъемностью 10 тыс. т и более).

Но главное достоинство такого подхода состоит в том, что он позволяет значительно уменьшить количество типоразмеров судов и подойти к подлинной типизации и эффективности.

Однако влияние «эффекта масштаба», а следовательно, и возможности «локальной оптимизации» типов судов не следует преувеличивать. Реальные зависимости изменения экономичности несамоходных и самоходных грузовых судов (с привлечением данных практически по всем речным судам типовых проектов), оцениваемой для объективности и исключения случайного влияния цен по натуральному показателю удельной материалоемкости на 1 т грузоподъемности. По несамоходным грузовым судам значительный выигрыш от «эффекта масштаба» достигается только при повышении регистрационной грузоподъемности судов в пределах до 1000 ÷ 1500 т; при дальнейшем увеличении грузоподъемности этот эффект незначителен и практически затухает. Если же учесть отмеченное выше влияние серийности построек на стоимость судов (а серийность при фиксированной потребности связана с грузоподъемностью обратной зависимостью), то следует вывод, что для несамоходных судов проявление эффекта масштаба ограничивается повышением их грузоподъемности только до 1200 ÷ 1500 т.

В несколько меньшей степени, но также заметное затухание “эффекта масштаба” проявляется и для самоходных грузовых судов. Из этого следует, что повышение грузоподъемности судов после перехода отмеченных критических значений не является существенным фактором эффективности транспортного обслуживания. Что касается судов сравнительно небольшой докритической грузоподъемности, то, как свидетельствует накопленный опыт проектирования, значительная вариация ее практической величины может быть обеспечена не за счет увеличения количества типов, а путем специально предусматриваемой при проектировании возможности использования судов на разную загрузку (грузовую осадку) в зависимости от изменяющихся условий (например, по грузовым теплоходам проектов № 292, Р–97, Р–25, 326, 912А, 912В, 890; по несамоходным грузовым судам проектов № 16800, 459А и др.)

На втором этапе необходимо выявить на каждый расчетный срок с учетом изменения путевых условий наиболее конкурентоспособные типы судов и схемы доставки для каждого из направлений возможных грузопотоков и грузовладельцев на основе маркетингового подхода и наиболее вероятных условий экономической конъюнктуры. При этом расчеты следует выполнять на 1 т доставляемого груза отдельно для каждого расчетного срока каждого грузопотока, рода груза и грузовладельца, используя в качестве критерия минимум предельных издержек, охватывающих саму доставку (перевозки, перегрузочные и др. работы), хранение (в том числе и межнавигационное), оценку потерь груза и экологических сборов за загрязнение природной среды, вмененные (альтернативные) издержки омертвление средств во всех видах запасов и долгосрочных вложений.

На третьем этапе выполняется согласование распределения основных грузопотоков по типам применяемых судов и устанавливается предварительная потребность во флоте по типам судов с учетом освоения ожидаемых грузопотоков на расчетные сроки, их неравномерности и др. особенностей и ограничений. Для оптимизации целей на этом этапе могут быть использованы стандартные задачи линейного программирования с определением провозной способности судов по количеству тонн груза на возможных грузопотоках и выбором в качестве целевой функции – минимума указанного выше суммарного критерия на весь ожидаемый объем перевозок соответствующего расчетного срока. При невозможности оптимизации – выделяются только основные расчетные варианты.

По результатам оптимизационной расстановки судов для каждого расчетного срока, грузопотока и возможных вариантов экономической конъюнктуры определяется обоснованные интервалы (верхний и нижний пределы) договорных цен и устанавливается наиболее приемлемая их величина с учетом возможных изменений спроса на конкретные перевозки.

На заключительном этапе производится оценка сводных показателей эффективности всей инвестиционной программы (или ее части) для транспортного предприятия по критериям ЧДД (NPV), ИД (IP), ВНД, (IRR) и др. и выбирается наиболее приемлемый ее вариант на основе методов теории игр с оценкой его чувствительности и устойчивости к возможным изменениям рыночной конъюнктуры.

Если сводные показатели оказываются неудовлетворительными, вся задача разбивается на отдельные части (группы флота, грузопотоки и т.п.) и производятся аналитические расчеты с целью выявления неприемлемых перевозок и формирования приемлемого пакета, на основе которого и определяется расчетная структура флота фирмы.

Болдырева Т.В., канд.экон.наук, доцент

ССЭИ РЭУ им. Плеханова Г.В.

Болдырев М.Д., бакалавр Business Administration

City University of Seattle (Греция, Афины)

АНАЛИЗ РЫНКА ОБУВИ В РОССИИ

В статье рассматриваются основные аспекты потребительских предпочтений на российском рынке обуви, которые учитываются как производителями, так и продавцами. В данной работе проведено исследование, включающее потребление обуви, характеристики основных поставщиков обуви на российский рынок, структуру и тенденции роста данного рынка, представлен анализ торговых сетей. По мнению авторов, основные перспективы обувного рынка связаны с ростом крупных обувных сетей и их экспансией в регионы, усилением процессов консолидации, развитием новых каналов продаж, в том числе и Internet-торговли.

Сегодня обувь является одним из очень конкурирующих, но также и наиболее приобретаемых товаров, именно поэтому очень важно очертить принципы и меры успеха в ее продаже. Любой, даже сравнительно небольшой отличительный признак может принести весьма весомый результат, что и обуславливает изучение данной темы. Интересно, что покупатели очень тщательно подходят к выбору и проверки марки обуви, чем нежеле, например одежды. Скорее всего, это обуславливается тем, что некачественная обувь будет совершенно непригодна к использованию и не окупит себя, в то время как второсортная одежда сможет окупить себя. Таким образом, качество обуви и доверие определенной марке очень важны при выборе обуви, а стало быть, также важны и для производителя и продавца.

Опять же, одежда и обувь это не только функциональные предметы, которые совершенно необходимы каждому человеку, чтобы чувствовать себя комфортно (за исключением сторонников определенных групп, например нудистов или так называемых “без-ботинок”), но также являются зеркалом его социального статуса. Определенный стиль одежды помогает определить социальный статус или успешность человека, что таким образом обуславливает необходимость одеваться специфически, чтобы соответствовать определенной прослойке населения. Это создает своеобразное слоение рынка на товары разнообразных категорий, которые четко, отделяются и носят определенную нишу социальной структуры. Точно также это применимо и к обуви.

Сегодня в мире производится ежегодно 13,5 миллиардов обуви. В 2014 прогнозируют увеличение этой цифры до 15,5 миллиардов. Интересно, что из этого огромного числа в Европе производится всего лишь 1,2 миллиарда пар обуви, несмотря, на что весьма значительная часть, из которой является высококачественной обувью. При этом в Западной Европе производится 75%, а в Восточной 25%.

В среднем в мире покупается 1,9 пар обуви на человека в год. При этом в зависимости от региона количество пар значительно варьируется и может показывать сравнительный достаток граждан. В США он равен 6,5 пар обуви, а, например, в Юго-Восточной Азии 0,7. В России этот показатель равен 1,35 (в 2010 году россияне приобрели 197 млн. пар обуви.). В советское время данный показатель был равен 3,2, что свидетельствует о доступности и достатке граждан в то время, которое на данный момент значительно уступает.

На данный момент поставщики обуви в Россию состоят из Китая, Турции и Италии. Китай поставляет около 80% всей обуви на рынке, Турция 9%, а Италия только 2%. Интересно то, что это обусловлено перемещением производства итальянской обуви в другие страны. Изучение показывает, что это связано с постоянной глобализацией и переносом средств производства в другие места. Кроме перечисленных стран, еще много обуви поставляет Вьетнам и Украина.

Ввиду того что итальянская обувь была чрезвычайно успешна с точки зрения модности и популярности, они занимают третье место по производству обуви в мире. В то же время, Россия имеет лишь 0,3% мирового производства (нулевой показатель в сравнении с титанами индустрии). Рост темпов производства обуви (составляющий 11,9%) немного выше, чем сам спрос на обувь (11,6%), а исходя из информации статистики таможенной службы 2006 г. экспортный объем составил чуть выше 2,54 миллионов пар или \$14,7 миллионов в денежном выражении, но разница в цене индивидуальных пар обуви слишком велика, чтобы судить о ней по валовой стоимости.

Российский рынок растет с темпами 16% в год, что выражается на данный момент в \$17 миллиардах. Национальный обувной союз также дал оценку общему объему рынка обувных товаров России, который составил около 450 миллионов пар. Основными производителями обуви в России являются: фирмы Юничел, Ральф Рингер, Егорьевская обувь, Московская ордена трудового красного знамени обувная фабрика «Парижская коммуна», «Брис-Босфор», «Паритет», обувная фабрика Спартак, Фабрика литевой обуви, Псков-полимер, Вахруши-литобувь, производственная фирма «Лель», Кукморский валяльно-войлочный комбинат, «Вестфалика М», «СтепТрейд», «Рязаньвест», «Белвест», Фабрика обуви «Степ», Калужская обувная фабрика «Калита», «Днобувь», Тульская обувная фабрика «ТОФА» и др. Отметим, что отечественное производство обуви выросло на дополнительные 14% но, тем не менее, является незначительным на рынке.

Российский рынок обуви делится примерно таким образом: 1) системные игроки, которые составляют около 30% рынка; 2) компании, занимающиеся импортом и сбытом дешевой продукции, которые составляют около 60% и 3) наконец, дорогие ботинки, которые находятся на отметке 5%; 4) оставшиеся 5% – это обувные фабрики.

Традиционно производство и конкурентоспособность обуви на Российском рынке оценивается следующим образом: мужская, женская и только затем детская. Таким образом, мы видим, что красивая и эстетическая обувь (для женщин) и функциональная, удобная обувь для детей нуждается в дополнительном внимании.

Исторически, российский рынок обуви начал свое формирование примерно в середине 90-х, когда Итальянские, Испанские и Немецкие производители увидели потенциал и начали финансировать поставки или производство. В то время практически любой товар с этикеткой «Made in Italy» пользовался огромным спросом, а знания брендов не было вовсе. Кроме того что не было брендового определения, потребитель и вовсе определял всю итальянскую обувь как одну большую категорию.

В последствие дефолта из страны ушли западные импортеры, а их нишу сразу же заняли китайские поставщики. Китайцы занимались поставками огромного количества безмарочных товаров. Эти самые товары были предоставлены всем категориям населения, и было совершенно невозможно определить что-либо, ввиду отсутствия какой-либо брендовой привязки. Конец 90-х ознаменовал становление Российской обувной промышленности, но не все шло гладко. Им не хватало опыта, оборудования, а спрос существовал в основном только на низкую ценовую категорию. Таким образом, несмотря на начало становления русской современной обувной индустрии, бренды не имели хорошей почвы для того чтобы закрепить свои позиции.

Постепенно в Москве и Санкт-Петербурге началось формироваться мировоззрение, которое подразумевало обувь как часть обязательного имиджевого элемента. Таким образом, началось медленное перемещение в сторону качества и создание целенаправленных брендовых магазинов, которые начали усердно обслуживать средний класс и высшие слои населения. Это позволило создать принципиально новое направление в развитии обувной индустрии, а именно сосредоточиться больше на качестве и формировании брендов.

Сегодня, на отечественном рынке оперируют около 260 крупных и средних предприятий, но даже такое значительно число составляет лишь около 20% всей продукции в России. Ежегодно объемы и спрос растут, повышаясь примерно на 25-30%. Тем не менее, российские нормы качества обуви превосходят многие импортные поставки и имеют значительный потенциал завоевать свою нишу и покорить покупателя.

Именно поэтому у российских предпринимателей есть огромный потенциал построить эту индустрию и получить значительное конкурентное преимущество, в случае если они проявят инициативу. Из года в год, количество розничных сетей, фабрик и спроса растет, что знаменует о том, что рынок развивается своим чередом, и любые инвестиции сейчас смогут окупить себя очень скоро. Магазины трансформируются в специализированные пункты продажи определенных брендов, идет ориентир на потребителя.

Анализ потребительских предпочтений показал, что покупатели руководствуются, в основном, качеством товара (63,7%), после чего идет цена (38,2%), широта ассортимента (14,4%) и только потом уже степень комфортности обуви (13,3%). Качеством при этом покупателями определяется все, что относится к техническим характеристикам обуви: материал, качество пошива, срок носки и известность конкретной марки. Опросы показывают, что при равных показателях технических условий, покупатель выберет более знакомую марку.

Теперь выделяют 5 основных ценовых категорий, между которыми вариация цен достаточно велика. Так, в низком ценовом сегменте пара обуви стоит менее 1 тыс. руб., в сегменте «люкс» – более 7,5 тыс. руб. В настоящее время большинство покупок обуви приходится на средне – низкий и средне – средний ценовые сегменты, на которые ориентировано большинство российских производителей. Покупатель теперь уверенно лавирует между брендами, способный оценить качество, цену и прочие характеристики, а также знаком с брендами. Большинство клиентов хотят покупать обувь на один сезон, но при этом достаточно модную и не очень дорогую. Потребители уделяют огромное внимание бренду и стране производителю. Бренд важен для 60% опрошенных, в то время как страна производитель интересна 81%. Интересно, что ориентация на две эти вещи идет пропорционально вверх, когда у покупателя значительно растет доход.

Оценивая состояние рынка обуви, эксперты считают преждевременным говорить о его перенасыщении. Даже сильных игроков вполне могут потеснить новые торговые сети, проводящие активную маркетинговую политику. Среди факторов, способствующих развитию рынка, стоит отметить увеличение благосостояния населения, рост расходов на непродовольственные товары, рост численности среднего класса.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время всесторонне развивается качество жизни среднего и высшего классов, все больше и больше внимания уделяется качеству товаров. Рынок еще не насыщен, потому что он растет из года в год и наличие отечественных предприятий на рынке еще незначительно.

Анализ существующих конкурентов на рынке обуви в России. Исследовательское агентство составило рейтинг крупнейших обувных сетей по сегментам. По данным на сентябрь 2013 года лидером по числу магазинов в нижнем ценовом сегменте является компания «Центробувь» (1200 магазинов), в среднеценовом – «Обувь России» (253 магазина), в верхнем ценовом – CarloPazolini (165 магазинов). Если брать обувной рынок в целом, то в ТОП-5 крупнейших обувных сетей России вошли «Центробувь», «Юни-чел», Kari, Belwest, «Обувь России».

Основные перспективы обувного рынка связаны с ростом крупных обувных сетей и их экспансией в регионы, усилением процессов консолидации, развитием новых каналов продаж, в том числе и *Internet* -торговли. Вместе с тем, обувные сети активно инвестируют в развитие брендов и совершенствование коллекций, привлекают к сотруд-

ничеству иностранных дизайнеров, внедряют новые программы лояльности и расширяют спектр услуг для покупателей (например, продажа обуви в рассрочку).

Список литературы:

- 1 <http://www.adme.ru/articles/sekrety-merchendajzera-kak-prodat-nezametno-6774>
© AdMe.ru
- 2 <http://www.center-yf.ru/data/Marketologu/Marketingovye-issledovaniya.php>
- 3 <http://www.klubok.net/article1794.html>

Болдырева Т.В., канд.экон.наук, доцент,

Солдатов И.В., канд.экон.наук, доцент

ССЭИ РЭУ им. Плеханова Г.В.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА ОБУВИ

В статье рассматриваются вопросы обеспечения эффективных продаж и повышения конкурентоспособности предприятий розничной торговли на основе применения методов, правил и инструментов мерчандайзинга на рынке обуви. Целью данной совместной работы является исследование мерчандайзинга как инструмента продаж. Практическая значимость работы состоит в том, что результаты данного исследования применимы в хозяйственной практике не только розничного обувного магазина «КОКОН» торговой сети «Прайд» г.Саратова, но и в деятельности других предприятий розничной торговли обувью в целях повышения эффективности продаж.

С момента зарождения торговли и до наших дней торговцы совершенствовали умение выкладывать товар и оформлять торговые точки, придавая тем самым индивидуальность и привлекая внимание покупателей. Раньше, когда масштабы торговли были незначительными, мерчандайзингом занимались непосредственно владельцы торговых предприятий, сейчас же данная тенденция наблюдается повсеместно.

Таким образом, со временем мерчандайзеры стали отдельной группой сотрудников, чьи задачи постоянно усложнялись, потому что торговые площади постоянно изменялись и росли, все более усложняя эффективный анализ силы выкладки, распределения площадей и выгодности продаж. Для усиления и улучшения продаж, было совершенно необходимо сохранять знания, полученные в процессе коммерческой деятельности, и осуществлять их последующий анализ, чем и занимались передовые корпорации Запада. В то же самое время, примерно в начале 60-х годов, происходит формирование принципиально новой науке – о поведении потребителей, позволяющая разным уровням управления компании эффективно понимать, что происходит и почему, а также, почему потребитель реагирует в отношении определенных стратегий, своих предпочтений и т.д., то есть лучше понимать покупателя.

За рубежом многие предприимчивые розничные продавцы стали активно применять мерчандайзинг в своей повседневной деятельности. Одним из ключевых примеров стали супермаркеты, где позиционирование продукта и выкладка очень важна для эффективной продажи. Было также замечено, что потребитель тратит гораздо больше времени в супермаркете и не считает его впустую потраченным, а получает удовольствие от проведения времени в магазине, что увеличивает количество потраченных им денег на 13% (в случае безупречного мерчандайзинга)²⁰.

Шаг за шагом мерчандайзинг начали использовать и производители товаров, и он стал расцениваться как конкурентное преимущество. Таким образом, мерчандайзинг стал частью маркетинговой стратегии. Популярным мнением является то, что на Рос-

²⁰ *Канаян, К. и Р., Мерчандайзинг [Текст] / Кира и Роберт Канаян. – М.: Рип-холдинг, 2011. – 236 с. (Академия рекламы).*

сийский рынок идеи мерчандайзинга были занесены международными корпорациями, но на самом деле считается, что на Российском рынке идеи мерчандайзинга использовались еще гораздо ранее. Рыночные продавцы первыми начали применять методы мерчандайзинга, осознавая, что красиво выложенный товар привлекает внимание покупателя²¹.

С каждым годом разработке все новых инструментов и совершенствованию старых инструментов уделяется все большее внимание. Это обусловлено обострением конкуренции на потребительском рынке, связанным с ростом масштабов торговых сетей, проникновением в регионы федеральных и иностранных торговых сетей, повышением требований покупателей к организациям розничной торговли и изменением потребительских предпочтений.

В условиях усиления конкурентного давления, в особенности увеличения значимости неценовых факторов конкуренции, одновременно с возрастанием роли маркетинга увеличилась роль маркетинговых коммуникаций. Действительно, эффективные коммуникации с потребителями стали ключевыми факторами успеха большинства организаций. Вследствие этого увеличивается значение мерчандайзинга как средства маркетинговой коммуникации.

В российской практике розничной торговли мерчандайзинг ещё в значительной степени недооценён, так как не все продавцы понимают, что чётко разработанная система инструментов традиционного и инновационного мерчандайзинга в торговой сети может значительно усилить конкурентные позиции организации розничной торговли. Само слово мерчандайзинг произошло от английского merchandising, что означает искусство продавать. В настоящее время существует множество определений мерчандайзинга.

Под мерчандайзингом понимается маркетинговая деятельность в розничной торговой точке, включающая в себя размещение товара, разработку и размещение рекламные материалы, которые содержат информацию о товаре в том месте, где потребитель готов сделать покупку²². Мерчандайзинг – комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара. Результатом мерчандайзинга всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар²³.

По мнению таких ученых, как Ключкова М.С. и Якорева А.С., мерчандайзинг – это направление в маркетинговых коммуникациях, способствующее стимулированию розничных продаж через привлечение внимания конечных покупателей к определенным маркам или группам товаров в местах продаж без активного участия специального персонала. Это способ создания оптимальных условий для контакта потребителя с продвигаемым товаром, с помощью визуального или иного способа привлечения внимания к товару с целью вызвать у потребителя желание купить этот товар²⁴. Понятие мерчандайзинга неприменимо, если речь идет о продажах вообще – например, продажах услуг, оптовых продажах, розничных продажах через интернет-магазин. Мерчандайзинг всегда ориентирован на определенный результат: стимулирование желания конечного потребителя выбрать и купить продвигаемый товар.

²¹ *Баклин, Л.*, Стратегия розничной торговли и классификация потребительских товаров [Текст] / Л.Баклин. – СПб., Питер, 2006.

²² *Комлев, Н. Г.* Словарь иностранных слов [Текст] / Н.Г. Комлев. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 672 с.

²³ *Герчикова, Е.З., Санинский, С.А.*, Мерчандайзинг [Текст]: Учебное пособие для студентов специальности «Маркетинг» / Е.З. Герчикова, С.А. Санинский. – Саратов: Издат.центр СГСЭУ, 2011. – С.6.

²⁴ *Ключкова, М.С., Логинова, Е.Ю., Якорева, А.С.*, Мерчандайзинг [Текст]: Учебное пособие / М.С. Ключкова, Е.Ю. Логинова, А.С. Якорева. – М., Дашков и К, 2008.

Необходимость мерчандайзинга была доказана после того, как выяснилось, что две третьих всех решений о покупке потребитель принимают, стоя непосредственно в магазине перед полкой с товаром. Даже, если покупка определенного вида товара запланирована предварительно, семь из десяти покупателей принимают решение о выборе в пользу той или иной торговой марки непосредственно в торговом зале. То есть у девяти из десяти потребителей, пришедших в магазин, нет окончательно сформированного решения, какую именно марку продукта они предпочтут. Таким образом, если сфокусировать внимание покупателя на той или иной марке или виде товара, можно увеличить их продажу. Хороший мерчандайзинг помогает продать товары, так как он способствует появлению желания у покупателя приобрести тот или иной товар.

Объект исследования. Компания «Прайд» включает сеть обувных магазинов «Intrigue», «Go», «DE», «КОКОН». Рассмотрим один из магазинов компании «Прайд» – салон обуви «КОКОН». Главная зона магазина – торговая, она занимает 102,54 кв.м (или 63,8 %) всей площади торгового предприятия. По размеру торговых площадей данный магазин относится к специализированным магазинам. Изучение показывает, что в обувном магазине «КОКОН» применяются методы продажи по образцам и через прилавки.

Анализ конкурентов. В обувной отрасли существует множество конкурирующих компаний, в связи с чем, компания «Прайд» имеет следующих конкурентов: салоны обуви Glamur, сеть салонов O'Shade, Carlo Pozalini, ТОФА, Infanta, Calipso и др. Рассмотрим основных конкурентов подробнее.

Проведенный анализ показал, что салон обуви «Glamur» (ул. Волжская, 24/26) предлагает женскую и мужскую обувь, обувную косметику, а также ткани и одежду). При этом ассортимент достаточно широкий, но ценовой сегмент – высокий. Проходимость салона и дизайн – на высоком уровне, однако, эффективность продаж (со слов продавцов) – средняя (и то за счет высокой цены). Оживление продаж имеет место в моменты предоставления высоких скидок.

O'Shade – сеть салонов модной женской и мужской обуви, сумок и аксессуаров (ул. Чапаева 48/47, ТД Аврора, 3-й этаж; ул. Зарубина, д.167, ТРЦ Триумф Молл 2 этаж). Основу магазинов обуви составляют собственные бренды O'Shade, Dolce Vita, Caprise Elite, Kruzo. «O'Shade» – это энергичная женственная элегантность, модный дизайн и непревзойденный комфорт. Поэтому линейка «O'Shade» подойдет не только модницам, но и жаждущим комфортной обуви.

Проведенный нами анализ обувных салонов показал, что O'Shade – одна из самых динамично развивающихся в России сетей обувных салонов. География сети охватывает ряд крупнейших регионов страны, среди которых Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург, Новосибирск, Саратов и пр. На сегодняшний день сеть насчитывает более 30 магазинов по всей России. Практически в каждом крупном городе можно найти обувь O'Shade, а темпы расширения с каждым годом увеличиваются. Начав свою историю в 1996 году, сегодня сеть обувных салонов O'Shade – это модный и успешный обувной бренд, команда профессионалов, понимающих толк в красивой обуви и эффективном управлении, и довольные покупками потребители. Ассортимент продукции мультисалонов O'Shade рассчитан на широкий круг потребителей и находится в среднем ценовом диапазоне. Сочетание элегантности, стиля и свежих модных тенденций с высоким качеством исполнения не оставляет равнодушными покупателей. O'Shade – это оборудованные по последнему слову техники салоны со своим кругом покупателей, который постоянно растет. В мерчандайзинге салонов можно отметить: притягательный дизайн, грамотное освещение торговых помещений, удобное месторасположение и дружелюбность персонала являются непременным условием работы обувных магазинов данной сети.

Сеть салонов Carlo Pozalini предлагает модную мужскую и женскую обувь, а также обувную косметику (ул. Московская, 115 ТК Мир, 1 этаж; ул. Зарубина, 167 ТРЦ Триумф Молл 2 этаж). Изучение показывает, что Carlo Pozalini – одна из ведущих компаний по производству и продаже обуви и аксессуаров. В настоящее время насчитывается свыше 230 магазинов от США, Великобритании, Италии, Греции до России и стран СНГ. Таким образом, можно сказать, что Carlo Pozalini – крупнейший игрок и надежный проводник на рынке модной обуви. Свою историю компания ведет с 1990 года. Создаваемые коллекции не просто предвосхищают модные веяния сезона, они еще и формируют их, создавая совершенно новые направления в рамках мировых тенденций. Оценивая качество моделей, отметим, что при производстве обуви Carlo Pozalini имеет место традиционно строгий подход к качеству используемых материалов. Carlo Pozalini выпускает продукцию, характеризующуюся огромным разнообразием стилей. В магазинах представлен широкий ассортимент: 1) классические обувь и аксессуары; 2) яркие молодежные модели; 3) ультрамодные модели.

В сети обувных салонов ТОФА (ул. Советская 20/28; ул. Московская, 152В, ул. Верхняя, 17А, ул. Тархова, 29; ул. Усть-Курдюмская, 5 ТК Квадро, 2 этаж) представлены модели женской, мужской и детской обуви Тульской обувной фабрики, которая ежегодно выпускает 500 000 пар обуви. Интеграция традиций мастерства и новейших технологий позволяет сегодня компании «ТОФА» быть передовым современным производственным объединением, которое самостоятельно разрабатывает новый модельный ряд, подбирает и закупает материалы и комплектующие в России и в Европе, контролирует все этапы производства. Обувь с торговой маркой «ТОФА» реализуется через дистрибьюторов и свои фирменные магазины по всей территории России.

Оценивая коллекцию обуви «ТОФА», отметим, что дизайнеры и маркетологи компании «ТОФА» находятся в постоянном поиске, сочетая последние тенденции моды и комфорта. В мерчандайзинге салонов можно отметить: широкий ассортимент (причем не только обуви под маркой «ТОФА», но и немецкой обуви), грамотное освещение торговых помещений, удобное месторасположение салонов на пересечении торговых и транспортных путей и дружелюбность персонала. Целевой аудиторией продукции с торговой маркой «ТОФА», являются:

во-первых, покупатели старшего возраста 45 плюс. Изучение показывает, что в обуви для данной возрастной категории учитываются возрастные особенности, изменения в анатомии стопы, как правило, это увеличенные внешние и внутренние пучки стопы, большой подъем. Обувь для данной группы покупателей должна быть повышенной комфортности и из особо качественных материалов, способных вывести влагу и удерживать тепло в зимний период и иметь интенсивный воздухообмен летом;

во-вторых, покупатели среднего возраста 25 – 45. Данная возрастная группа является наиболее активной частью населения и обувь для такого покупателя, создается современной и практичной по стилю, для работы в офисе и активного образа жизни. Изучение показывает, что в обуви для данной возрастной категории используются новейшие технологичные материалы, позволяющие быть обуви удобной и легкой при ходьбе;

в-третьих, покупатели возраста 25 минус. Следует отметить, что в обуви для молодой возрастной группы учитываются последние тенденции моды. В разработке модельного ряда для молодежной возрастной группы, принимают участие выпускники.

Салон испано-португальской обуви Infanta (ул. Рахова, 146) Infanta – динамично развивающийся салон женской и мужской обуви. Основная концепция обувных салонов Infanta основана на сочетании высокого качества, современного модного дизайна, практичности и комфорта. Над дизайном и технологией моделей работает Европейская команда талантливых дизайнеров и мастеров. Их задача, экспериментируя с высокока-

чественными материалами, не уходить в крайности моды, а заботиться о своем покупателе и создавать обувь, которая сделает жизнь яркой и комфортной. Использование натуральной кожи, удобных колодок и европейских стандартов качества при изготовлении моделей дарит покупателям высококачественный продукт. В мерчандайзинге салона используются: отличный дизайн, грамотное освещение торгового помещения, удобное месторасположение на пересечении торговых и транспортных путей, дружелюбность персонала, а также возможность приобретения сумки и других аксессуаров, которые будут идеально сочетаться с новой парой обуви непосредственно в магазине-салоне либо приобретения готового комплекта из фирменного буклета компании. Но главное – при всех преимуществах салонов обуви Infanta, ценовая политика салона демократичная и справедливая.

Таким образом, секретами успеха салона обуви Infanta являются: 1) яркость и комфорт от лучших Европейских производителей (Испании, Португалии, Германии, Италии, Бразилии и других стран); 2) уютная обстановка и внимательное отношение к покупателям; 3) демократичная и справедливая цена; 4) заманчивая система привилегий; 5) исполнение гарантийных обязательств.

Основной целью салонов обуви Calipso (ул. Кирова, 17; ул. Московская, 96; пл. им. Орджоникидзе Г.К., 1, ТРЦ Оранжевый) является удовлетворение потребностей современного покупателя в модной, красивой, уникальной, удобной, практичной, а главное качественной обуви. На сегодняшний день Calipso занимает одну из лидирующих позиций в сфере fashion-индустрии и предлагает обувь среднеценового сегмента в пяти стилистических направлениях: Comfort, Classic, Style, Casual, Sport. Calipso обеспечивает широкий охват обувного рынка, доступность продукции и большой объём продаж. Это достигается не только силами развитой франчайзинговой сети партнёров в крупных городах России и удачным расположением фирменных магазинов (в торговых центрах с высокой проходимостью или на центральных улицах городов), но и гармоничным сочетанием качества и умеренных цен. За время своей деятельности компания накопила богатый опыт взаимодействия с покупателями, развила тонкий вкус и отличное понимание современной моды и стиля, следуя за трендами индустрии. Благодаря этому, в 2009 году Calipso открыла новое востребованное направление бизнеса производство бижутерии и аксессуаров из современных материалов: редких пород дерева, натуральной кожи, текстиля и стали.

Оценивая контроль качества отметим, что Calipso – это масштабное производство, ключевые звенья которого расположены в России, Турции, Бразилии, Португалии, КНР, Индии и на территории других стран. Использование дорогих натуральных материалов при производстве продукции Calipso требует внимания к каждому этапу процесса изготовления в силу его сложности. И, поэтому, все изделия проходят строгий контроль качества со стороны профессиональных технологов и дизайнеров, что обеспечивает точное следование технологическим процессам и сводит к минимуму риски выпуска некачественной продукции.

Проведенный анализ ассортиментной политики компании показал, что имея довольно обширный ассортимент обуви и аксессуаров, Calipso не останавливается на достигнутом. Опытные дизайнеры компании регулярно предлагают рынку новые эксклюзивные коллекции, соответствующие как модным тенденциям, так и потребностям современного российского потребителя. Каждая модель Calipso воплощает в себе красоту и комфорт, что всегда ценится и пользуется стабильным спросом у покупателей.

Сравнение цен на предлагаемый товар, обувными магазинами торговой сети «Прайд», с ценами конкурентов показало, что в ценовом сегменте продукция данной сети оказалась на среднем уровне, что свидетельствует о сильной конкурентной пози-

ции сети «Прайд» на Саратовском рынке обуви. Прослеживается так же и зависимость цен от качества обуви, имиджа магазина и интенсивности проводимой рекламной компании.

Проведенный нами анализ конкурентной среды позволил сделать следующие выводы: а) наблюдается почти полное насыщение рыночных ниш и ужесточение конкуренции во всех классах и группах обувной продукции; б) вследствие жесточайшей ценовой конкуренции происходит снижение цен и повышение качества продукции; в) на ценовую политику компании «Прайд» и фирм – конкурентов влияет ряд дополнительных факторов, например: возможность дополнительного снижения цен за счет уменьшения себестоимости товара, вызванного производительностью товаров – новинок; падение реальной покупательской способности у значительной части населения вследствие общего повышения стоимости жизни.

Анализ ассортимента в обувном магазине «КОКОН». Одним из лидирующих факторов в конкурентоспособности магазина является его ассортимент. Часто именно ассортиментом и занимаются руководители предприятий. Изучение показывает, что ассортимент товаров – это совокупность разнообразных видов товаров, которые группируются по определенному признаку. В торговом ассортименте эти товары, разумеется, подлежат продаже в розничной сети. Они так же разделяются на продовольственные и непродовольственные, группируются по типу сырья, необходимым для их изготовления или в зависимости от назначения, сложности или по типу потребителей. Исходя из сложности ассортимента, товары делятся на простые и сложные, из которых простые это такие товары как соль, мыло и овощи, иными словами, товары с небольшим количеством сортов, а сложные это товары, которые делятся по многочисленным признакам, таким как, например фасон, размер и прочие, примером которых является одежда или обувь.

Товарные группы также делятся на определенные подгруппы, которые состояются из однородных товаров, которые сходятся в определенных признаках. Например, если группы объединяются такими общими характеристиками как мужская или женская обувь, то внутри этих групп (или видов) мы также разделяем товары по определенным признакам: артикулам, фирмам, цветам или прочим особенностям их разновидности. Также эти товары могут классифицироваться с точки зрения частоты спроса, стабильности и характера спроса на них. В данном конкретном случае мы разделяем типы спроса на три группы: товары повседневного спроса (очень часто востребованные, а иногда даже ежедневно покупаемые товары); товары периодического спроса (сезонный товар); товары редкого спроса (предметы, которые не покупаются очень часто или долго используются, к примеру очень высокие размеры для мужчин и женщин).

Для того чтобы рационально сформировать и распределить ассортимент в розничной сети очень важно их грамотно сгруппировать, потому что товары правильно сгруппированные в комплексы будут стимулировать спрос и способствовать лучшим продажам. Основой таких групп могут стать половые или возрастные признаки, образ жизни или стиль проведения досуга. Такие комплексы делятся на микрокомплексы. Конечно, на конкретное построение ассортимента магазина влияют множество факторов. Известно, что одним из важных признаков, определяющих тип магазина, является его ассортиментный профиль. Поэтому первое, что следует учитывать при формировании ассортимента товаров, тип розничного торгового предприятия. Кроме того, в магазинах одного типа, но с различной торговой площадью ассортимент товаров будет отличаться как по широте, так и по глубине. Для того чтобы обеспечить постоянное наличие в продаже определенных товаров, необходимо, чтобы магазин снабжался ими из стабильных источников и желательно в централизованном порядке.

На формирование ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях сильное влияние оказывают социальный состав обслуживаемого населения и характер его трудовой деятельности, уровень развития культуры, социальное обеспечение и уровень доходов населения. При формировании ассортимента товаров нельзя не учитывать наличие сети магазинов-конкурентов, представленного в них ассортимента товаров, уровня цен на товары, методов продажи, предлагаемых услуг и т.д.

Изучение показывает, что задачи ассортиментной политики могут быть различными, в частности: 1) удовлетворение запросов потребителей; 2) оптимальное использование технологических знаний и опыта фирмы; 3) оптимизация финансовых результатов фирмы; 4) завоевание новых покупателей²⁵.

Процесс формирования ассортимента товаров в розничной обувной торговой сети можно условно разделить на три этапа. На первом этапе устанавливается групповой ассортимент товаров, т.е. определяется ассортиментный профиль магазинов. Эта работа проводится с учетом действующих принципов размещения розничной торговой сети и на основании маркетинговых исследований в области целевого рынка. С учетом этого определяется место и роль магазина в общей системе торгового обслуживания города, района и т.д. Так, например, магазин «Интрига» расположен в центре города, вот почему профиль магазина молодежная обувь. Второй этап предусматривает установление количественного соотношения отдельных групп товаров в магазине, т.е. рассчитывается структура группового ассортимента с учетом торговой площади магазина, его размещения, и других факторов. Возвращаясь к нашему примеру, отметим, что поскольку площадь магазина «Интрига» средняя, то и количество товаров каждой группы составляет 500-600 наименований. На третьем этапе определяется внутригрупповой ассортимент, т.е. осуществляется подбор конкретных моделей обуви каждой группы по различным признакам, например, в магазине «КОКОН» такими признаками являются: сезонность, модельный ряд, гендерный признак и другие. При этом в каждом магазине должно быть обеспечено соответствие предлагаемого ассортимента товаров спросу населения. Учитывают также влияние различных факторов на построение ассортимента товаров в каждом конкретном розничном торговом предприятии²⁶.

Таким образом, формирование ассортимента товаров в магазинах должно быть, в первую очередь, подчинено интересам наиболее полного удовлетворения спроса населения, т.е. должна быть обеспечена достаточная полнота ассортимента товаров, хорошо известных населению, комплексность их предложения. Нельзя забывать и о том, должна быть обеспечена прибыльная работа магазина с учетом постоянного обновления ассортимента предлагаемых товаров.

Изучение показывает, что компания «Прайд» обладает магазинами 2 типов: это небольшие и средние универсальные магазины, а также специализированные. Магазин «КОКОН» относится к специализированному обувному магазину (Галерея Обуви). Следует также отметить, что многообразие типов розничных торговых предприятий обусловлено: масштабами деятельности, размерами торговой площади, товарной специализацией, методами обслуживания населения, обслуживаемым сегментом рынка товаров народного потребления (этот сегмент во многом определяется значительной дифференциацией доходов населения).

Покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, которое максимально направлено на удовлетворение спроса населения и вместе с тем на активное воздействие на спрос в сторону расшире-

²⁵ Панкрухин, А. П. Маркетинг: основы теории, стратегии и технологии [Текст] : Учебник /А. П. Панкрухин. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008.

²⁶ Беляев, В. И. Маркетинг: основы теории и практики [Текст] : Учебник / В. И. Беляев. – М. : КНОРУС, 2005. – 672 с.

ния. Формирование ассортимента и покупательский спрос в своем развитии взаимосвязаны. Существенные изменения в спросе должны сопровождаться изменениями в сформированном ассортименте.

Проведенный нами анализ показал, что в товарном ассортименте магазина «КОКОН» присутствуют женская и мужская обувь, женские сумки, а также сопутствующие товары. При этом в структуре ассортимента примерно 20-25 % приходится на мужскую обувь, на долю сумок отводится около 15-20% ассортимента, а остальные 55-65 % составляет женская обувь.

Проведенный нами анализ показал, что основными поставщиками обувных товаров в компании «Прайд» в 2012-2013 гг. являлись как отечественные, так и импортные производители. ЗАО «КОРС» (г. Новосибирск), ЗАО «Вестфалика» (г. Новосибирск), «Московская обувная фабрика» (г. Москва), итальянская компания PAOLO SANTINI (Паоло Сантини, представительство в г. Москве) – это основные поставщики товаров, с которыми у рассматриваемого торгового предприятия «Прайд» налажены рациональные хозяйственные связи на стабильной долговременной основе. Анализ показал, что договора с этими поставщиками заключаются на год. Кроме этого, в течение года возникают краткосрочные связи с различными поставщиками-посредниками, с которыми заключаются договора поставки на небольшой срок, или на разовую поставку товаров. В основном ассортимент этих товаров импортного производства, а также прочие сопутствующие товары, например товары по уходу за обувью, которые по договору приобретаются очень небольшими партиями и рассчитаны на спрос покупателя с достатком выше среднего.

В структуре продаж можно отметить некоторую цикличность. Так, на фоне некоторого постоянного объема продаж, оживление продаж наблюдается в моменты распродаж: с начала февраля – март стартует распродажа зимнего ассортимента; с середины апреля – май (в зависимости от погодных условий) начинается завоз летнего ассортимента и по ситуации начинается распродажа весенней коллекции; середина августа – сентябрь характеризуются началом распродаж летней коллекции обуви и появлением новой коллекции осенне-зимнего ассортимента. Как правило, на «осень» практически не применяются распродажи, поскольку потребительский сегмент магазина вполне удовлетворен данным ассортиментом и продажи плавно перетекают в зимнюю коллекцию.

Проведенный анализ показал, что в структуре продаж обуви в розничном магазине «КОКОН» преобладают товарные марки Kokon, Wilmar, Indiana, L&S, Keddo и Yaro, на долю которых приходится более 58 % продаж. Проиллюстрируем полученные данные на рисунке 1. По количеству проданных пар ситуация схожая: на долю этих брендов приходится почти 63 % продаж (Рис. 2). Однако по структуре продаж в разрезе товарных марок ситуация несколько иная.

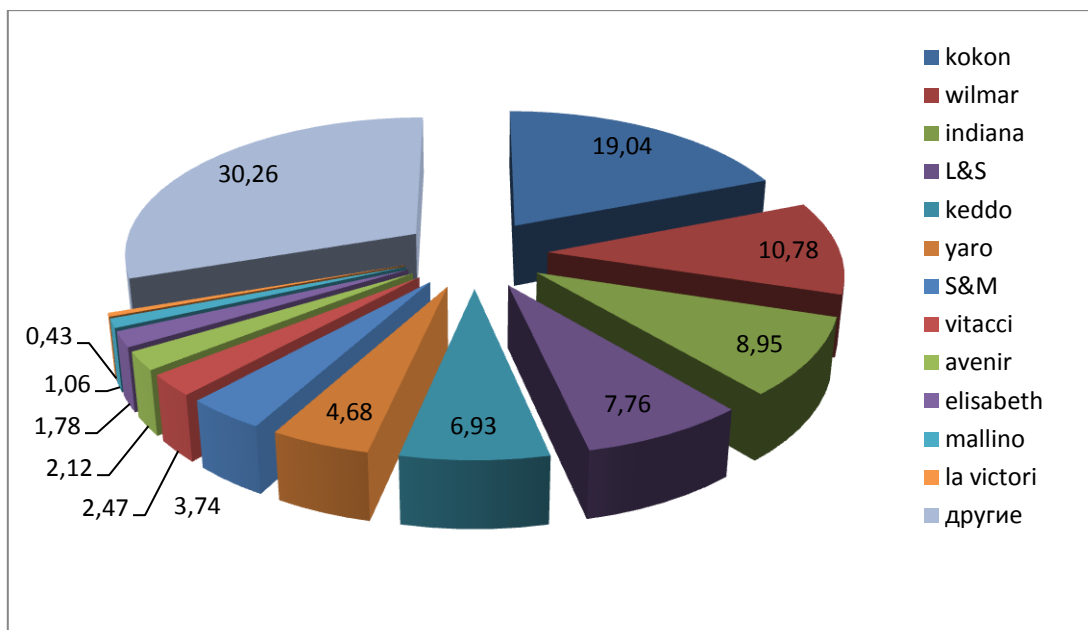


Рис. 1. Структура продаж обуви в розничном магазине «KOKON» по товарным маркам, в %

Следует отметить, что ценовой диапазон обуви этих марок различен, что и оказывает существенное влияние на характер структуры продаж разных брендов. Так, обувь торговой марки Kokon выполнена из натуральной кожи (основными производителями являются обувные компании Китая, Турции, Италии), ценовой диапазон варьируется от 2,5 до 5 тыс. руб., является профилирующим товарным ассортиментом и маркой анализируемого магазина. Возвраты обуви по этой марке практически не бывают, имеют место единичные случаи по причинам несоответствия требуемого потребителям цвета или размера. Что же касается качественных характеристик изготовления обуви данного бренда, то они находятся на высоком уровне, уступая лишь бразильскому бренду Indiana. Следует также отметить, что цена на обувь торговой марки является также высокой и составляет от 3 до 4,5 тыс. руб.



Рис. 2. Структура продаж обуви в розничном магазине «KOKON» по количеству пар товарных марок, в %

Обувь торговых марок Wilmar и Keddo можно отнести к среднеценовому сегменту (цена колеблется в пределах от 1,5 до 2,5 тыс. руб.), поскольку выполнена из материалов – кожезаменителей, но всегда имеет натуральную стельку. Качество обуви этих марок можно оценить как среднее, поскольку имеют место возвраты по причинам некачественной прошивки, отклейки или лопнувшей подошвы. Вместе с тем, это весьма востребованная в молодежной аудитории обувь.

Наконец, обувь бразильских и португальских товарных марок L&S (Loucos & Santos) и Yago предназначена для покупателей ярко выраженного стиля, и, прежде всего, молодежной моды. Марка L&S в переводе на русский означает «Безумные и святые» – бренд для ярких индивидуальностей по достаточно высокой цене. Это имиджевая кожаная обувь и сумки в ценовом диапазоне от 3-5 тыс. руб. Что касается молодежного бренда Yago, то его можно отнести к стилю casual (повседневная обувь), поэтому цена варьируется от 900 до 1500 руб.

Планировка торгового зала обувного магазина «КОКОН». Магазин имеет два входа, между которыми расположена зеркальная колонна. Следует отметить, что торговый зал имеет площадь 102,54 м², но наличие большого числа зеркал зрительно увеличивает пространство. По залу в ассиметричном порядке расставлены подиумы белого цвета, в количестве четырех штук и два обитых «травой»; торговые двухъярусные горки (фото на рисунке 3). При этом, у двух горок верхние полки обшиты искусственной травой, а нижние полки зеркальные, а у третьей горки – верх зеркальный, а низ обшит травой. На стенах магазина имеются также полки, которые тоже поочередно обшиты травой и зеркалами. Имеется кассовая зона с необходимой оргтехникой для продаж. Проведенный анализ планировки торгового зала показал, что в магазине «КОКОН» также имеется и витринное оборудование – это подиумы и подвесные конструкции, расположенные за стеклом магазина. Вместе с тем, в анализируемом магазине имеется, оборудование для удобства посетителей т.е. для примерки обуви в разных частях зала стоят посадочные места: 2 мягких пуфа и две лавочки.



Подиумы, обшитые белым пластиком и «травой»



Подиумы, обшитые белым пластиком на фоне витрины и двухъярусной горки



Подиум, обшитый «травой», на фоне зеркальной стены, в которой отражается лавочка



Центральная часть торгового зала магазина «КОКОН» Справа видна вторая лавочка и кассовая зона

Рис. 3. Виды торгового оборудования в магазине «КОКОН»

На наш взгляд, целесообразно использовать в торговом зале островную выкладку для представления потенциальным покупателям женской обуви без каблука или на низком каблуке, а также мужской спортивного типа обуви.

Используемые инструменты мерчандайзинга в обувном магазине «КОКОН». Учитывая особенности ассортимента и торгового оборудования обувных салонов были разработаны стандарты выкладки товара и оформления витрин.

Для того, чтобы марка отличалась от конкурентов, она должна нести в себе собственный визуальный имидж, иметь фирменный стиль. В данном случае мы рассмотрим один из важнейших инструментов, создающий визуальный имидж – «Визуальный мерчандайзинг». Отметим, что основная цель визуального мерчандайзинга – сделать процесс поиска нужного товара удобным и лёгким. Рассмотрим стандарты выкладки товара в магазине КОКОН.

1. Разделение торгового пространства на зоны. Каждая марка имеет свои особенности и отличаются друг от друга ассортиментным рядом и ценами. Если марка представляет женскую и мужскую линии обуви – женская обувь выставляется в одну зону, а мужская в другую. Таким образом, первым принципом разделения торгового пространства на зоны, является разделение товара на группы мужской и женской обуви. Внутри двух основных зон (мужская и женская) обувь выставляется по маркам, т.е. каждая марка выставляется на отдельном сегменте оборудования.

2. Выкладка товара одной марки. Огромное количество обуви требует её чёткой расстановки, понятной для покупателя. Ситуация с выкладкой товара в таком количестве усложняется ещё и тем, что многие модели сильно отличаются друг от друга не только как товарные группы (сапоги, полу сапоги, сапоги $\frac{3}{4}$, ботильоны, туфли и т. д.), но и стилями. Именно поэтому обувь женской линии определённой марки выставляется в соответствии с некоторыми принципами.

3. Тематическая выкладка. Обувь и аксессуары выставляются на оборудовании по тематическим группам. Основными признаками выявления тематической группы являются: цвет; форма колодки; детали оценки; детали отделки; рисунок; материал.

4. Выкладка по цветам. Необходимо распределить весь товар по цветовым группам. Начинать выкладку на одном сегменте торгового оборудования нужно преимущественно от светлых тонов к тёмным, разделяя однотонные большие группы яркими

пятнами, т.е. смешивать большие цветовые группы с маленькими. Концентрация основной массы товара одного цвета в одном месте позволяет легко ориентироваться посетителю в салоне. Внутри цветовых групп, собранных на одном сегменте оборудования обувь разделяется: 1) по деталям отделки; 2) по рисунку; 3) по материалам; 4) по колодкам; 5) по открытой и закрытой носочной части и части задника.

Выставляя на одном сегменте торгового оборудования одну цветовую группу, необходимо выделять товар на каждой полке данного сегмента по вышеперечисленным признакам. При расстановке товара на оборудовании необходимо соблюдать ряд принципов:

1) выставлять обувь и сумки нужно мини-группами-комплектами (2-3 полупарка+подходящая по тематическим признакам сумка), оставляя между ними некоторое расстояние;

2) расстояние между двумя, тремя составляющими одной мини-группы не должны превышать 2 см.;

3) расстояние между полупарками двух-трёх мини-групп должно быть не менее 10 см.;

4) соблюдать симметрию при выставлении обуви как на каждой полке, так и на сегменте товарного оборудования;

5) в торговом зале должны быть выставлены правые полупарки наименьших размеров, имеющихся в наличии.

5. Дисплейная выкладка. «Display» – в переводе с английского языка означает – показ, показывать. Это слово существует как термин среди специалистов по мерчандайзингу и означает – композиция. Создавая такую композицию на полке вашего магазина, вы должны объединить несколько полупарков и сумку, которые чётко сочетаются друг с другом по тематическим признакам и поставить эти единицы товара нестандартным образом.

Дисплейная выкладка – это хороший способ сосредоточить внимание покупателя на определённых моделях. С точки зрения мерчандайзинга дисплейная выкладка позволяет разрядить, например, товар чёрного цвета выставив по центру полки товар розового цвета и продолжить выкладку товаром чёрного цвета. Главное, не повторять дисплейную выкладку на каждой полке, иначе это «сопьётся в одно пятно». На одном сегменте оборудования допускается два дисплея.

Проведенный нами анализ показал, что вход и выход располагаются в одном и том же месте, однако чтобы пройти к выходу, покупатель должен пройти по периметру магазина (по или против часовой стрелки). «КОКОН» использует рациональное расположение товарных групп по периметру. Товары сезонного спроса располагаются по внешнему периметру торгового зала. Данное расположение объясняется с тем, что эти группы товаров пользуются наибольшим спросом.

Товары импульсивного спроса расположены также по внешнему периметру магазина и на стеллажах. Это объясняется тем, что покупатель, пришедший за определенными товарами повседневного спроса, увидев товар импульсивного спроса, купит его, даже если это изначально не планировалось. Основная масса товаров периодического спроса расположена на стеллажах, в центральной части магазина, так как если покупатель нуждается в каком-то определенном товаре, он просто пройдет в интересующий его отдел. Товары импульсного спроса располагаются также возле касс, а именно: средства для ухода за обувью, стельки, шнурки. Такое расположение данных товаров рассчитано на то, что пока покупатель стоит в очереди на кассе, он, возможно, решит осуществить покупку какого-либо из вышеупомянутых товаров, заранее не планируя данную покупку. В магазине используется правило золотого треугольника, которое заключается в том, что в дальних углах мага-

зина располагаются базовые сезонные товары, а по пути к ним располагаются товары особого спроса, которые совершаются по определенному случаю.

В ходе проведения исследования, мы выявили, что в магазине «КОКОН» используется горизонтальная выкладка товаров, которая заключается в том, что определенные однородные товары размещают по всей длине оборудования. Что касается представления товаров, то «КОКОН» использует группировку по назначению. Данный подход означает, что на одном стеллаже находится одна группа товаров, на другом – другая. Например, на одной полке располагается элитная женская обувь, на другой – женская спортивная обувь. При таком способе представления товара покупатель может не заметить те товары, которые размещены далеко друг от друга.

Мерчандайзинг в современных монобрендовых магазинах одежды и обуви играет важнейшую роль – как в повышении продаж, так и в продвижении самих брендов. Фасад магазина всегда имеет оформление с использованием символики бренда: названием, логотипом, элементами фирменного стиля. Оформление монобрендовых магазинов выдерживается в корпоративном стиле в соответствии с бренд-буком и сетевыми стандартами оформления, планировки и мерчандайзинга. Торговое оборудование также соответствует сетевым стандартам. В витринах всегда выставляется товар из новых коллекций и поступлений, размещение товаров в торговых залах четко регламентировано. Обувь, как товар наиболее целевого спроса, обычно размещают в дальней части торгового зала. Поскольку одежда подразделяется на мужскую и женскую, соответственно осуществляется зонирование торгового зала. Например, женская одежда размещается в правой части зала, а мужская одежда – в левой. Сопутствующие товары располагаются в прикассовой зоне или рядом с основной точкой продажи ключевых товарных групп (к примеру, головные уборы и перчатки – рядом со спортивными крутками). Освещение тоже играет огромную роль в презентации товара. Отметим, что в известных монобрендовых магазинах одежды и обуви обычно применяется несколько уровней освещения и обязательно – специальная акцентная подсветка продвигаемых товаров. Используются и многие другие приемы мерчандайзинга, например музыкальное оформление, видеотрансляции (особенно в спортивных магазинах одежды и обуви) и т.д.

Согласно нашим наблюдениям, можно сделать вывод о том, что в магазине «КОКОН» мерчандайзинг учитывает и то, что можно выставлять взаимосвязанные товары в непосредственной близости друг от друга. Например, рядом с обувью на специально оборудованном стенде находятся сумки и другие аксессуары, которые покупатель может купить к выбранной или уже имеющейся обуви или наоборот. Данный прием позволяет стимулировать продажи сразу двух групп продуктов.

Следует отметить, что в мерчандайзинге сумок, кожгалантереи и аксессуаров широко используются различные методы компоновки по цветам. Один из вариантов выкладки – по цветовым гаммам (насыщенная или пастельные, ароматические, спектральные и земляные), а также по цветам и оттенкам цвета. Группируются сумки и аксессуары (перчатки, ремни, шарфики и др.), которые относятся к одной гамме и могут составить комплект. Это помогает увеличить объем покупки. Второй прием – использование контраста и принципа цветового пятна. На некоторых стеллажах рядом располагаются сумки контрастных цветов – например, черная и белая, желтая и синяя, – и эти контрастные пятна создают цветовые акценты в торговом зале и направляют поток покупателей.

Что касается о расположении товарных групп, можно отметить, что в магазине довольно широкие проходы, комфортные для продвижения покупателей. Средством замедления покупателей выступают дисплеи, которые, на наш взгляд, можно установить в магазине. Музыка создает более расслабляющую атмосферу, побуждая покупателей не спешить и оставаться в магазине. Быстрая музыка в данном магазине, как показал проведенный нами анализ, не используется, так как нам не выгодно ускорять движение покупателей (при необходимости – большом числе покупателей – функции

продавца-консультанта может выполнять и менеджер). К коммуникационным средствам, которые использует магазин, относятся ценники, которые выполнены в яркой цветовой гамме. Например, желтые ценники означают, что товар продается со скидкой, а товары с красным ценником сигнализируют о том, что для данного товара делается финальная скидка (например, последняя пара из данного ассортиментного ряда)²⁷. Проведенный нами анализ показал, что в компании «КОКОН» применяются все законы зрительного восприятия товара, разработанные и используемые в практике мерчандайзинга (Рис. 4).

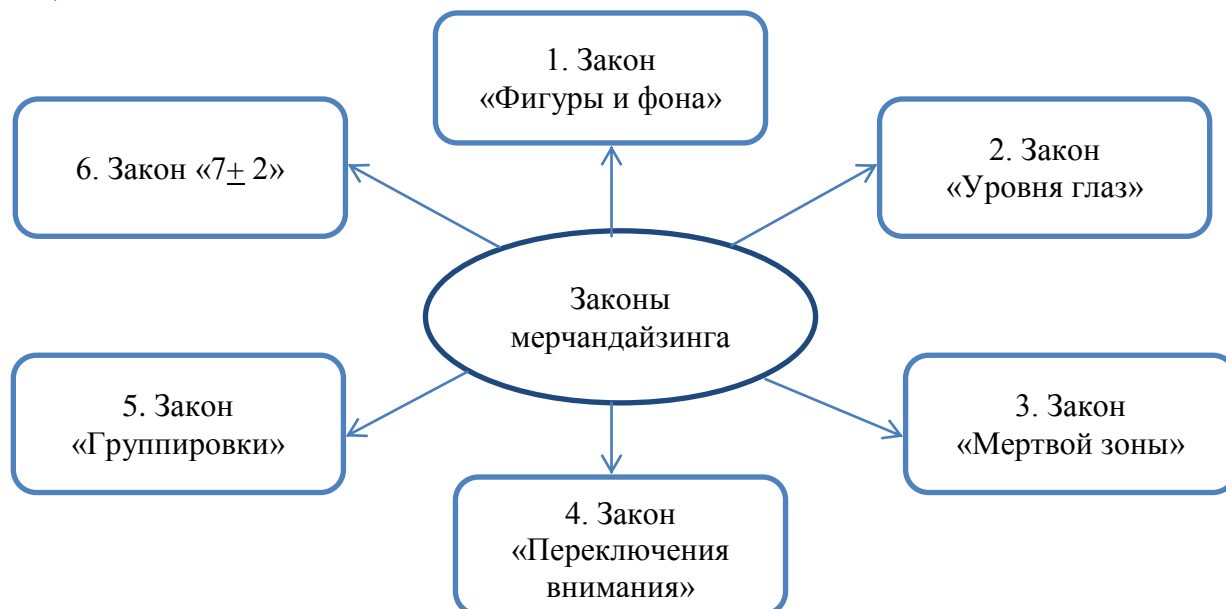


Рис. 4. Законы зрительного восприятия товара в компании «КОКОН»

Так, реализация закона «Фигуры и фона» в компании «КОКОН» нашла в представлении моделей женской обуви и сумок белого цвета летней коллекции разнообразных цветов. Разнообразные женские сумки пастельных и ярких цветов размещены в стеллажах, обшитых «травой» в соответствии с законами «Фигуры и фона» и «Уровня глаз». Причем, на уровне глаз покупательниц грамотно представлены образцы, при реализации которых магазин получит более высокую норму прибыли. Закон «Мертвой зоны» в магазине «КОКОН» учли, представляя летнюю обувь и сумки целенаправленного спроса, например, молодежный ассортимент. Выгодно освещенная со стороны витрин и отражаемая в зеркалах колонн, данная обувь выглядит для покупателей достаточно притягательно, а сумки добавляют колорит данной выкладке. Закон «Переключения внимания» нашел свое отражение в представлении обуви разных брендов, цветов и колодок на различных видах торгового оборудования тематической и дисплейной выкладок. Закону «Группировки» в магазине «КОКОН» следуют при выкладке модной обуви торговых марок «Kokon», «Vitacci», «Indiana», «La Victori». Наконец, закон «7±2» учтен при выкладке, например, мужской обуви, на полке, при этом, представлены 7 брендов в композициях по 2-3 однопарных единиц обуви.

Ключевая концепция, общая для магазинов обуви в среднем и высоком ценовом сегментах в настоящее время – оптимальное соотношение цены и качества. Грамотное визуальное представление товара дает магазину возможность выразить свою концепцию максимально точно и наглядно (Рис. 5). Речь идет о том, что качество нужно уметь инсценировать, его идею должны внушать дизайн, подбор цветов, запахи в магазине и

²⁷ Гузелевич, Н. Ю., Фокусы мерчандайзинга: эффективные «трюки» для торговцев и поставщиков [Текст] / Н.Ю. Гузелевич. – СПб.: Питер, 2010.– С. 386

конечно выкладка. Если уровень качества отвечает потребностям целевой группы, даже расчетливый покупатель при такой инсценировке одобрит высокую цену.

Часто наблюдаемая ошибка, особенно в недорогих обувных бутиках – монотонность. Существует несколько способов избежать монотонности.



Рис. 5. Факторы успеха визуального мерчандайзинга

Первый способ: группировать товар, и пространственно выделить каждую группу. В данном случае обувь сгруппирована: по моделям, по высоте голенища и каблука, а между группами существуют границы – пустое пространство. Кроме того, группы представлены параллельно-перпендикулярным образом. Поэтому практически каждая модель здесь хорошо заметна и издалека привлекает внимание. Кстати, этот вид выкладки можно использовать не только в дорогих магазинах, но и в демократичных, где преобладает стиль casual (повседневная обувь).

Второй способ. Использовать эффект LIM («Less is more» – «меньше – значит больше»). Его открыл немецкий психофизиолог Арнд Трайндл, автор книги «Нейромаркетинг». Суть сводится к следующему: часто, стремясь представить весь ассортимент, продавцы пытаются выставить на полку максимум имеющегося товара. Этот прием хорошо работает там, где есть большой поток покупателей, а ценовой сегмент средний или невысокий – в супер- и гипермаркетах (кто-нибудь что-нибудь да возьмет). В fashion бизнесе, напротив – такое расположение «убивает» товар. Это связано с тем, что когда товар представляется сплошной массой, покупателю трудно выделить для себя что-то конкретное.

Вывод: монотонность в представлении обуви (и других товаров) «съедает» временной ресурс покупателей, который и так достаточно ограничен. Поэтому, увидев несколько похожих (заметьте, похожих, но не одинаковых!) моделей, разница между которыми при таком представлении неочевидна, покупатель устает, быстро теряет интерес и делает вывод: «Здесь нечего смотреть». Принцип LIM обеспечивает качественную товарную презентацию, которая в свою очередь повышает желание покупателя купить представленный товар.

Поэтому современная стратегия успешной розничной компании, говорит Трайндл, сейчас заключается не в максимально широком ассортименте, а в предельно точной ориентации ассортимента на целевую группу. Своевременный вывод из ассортимента неактуальных или явно устаревших позиций освобождает дополнительное место и дает возможность лучше представить товар (в скобках отметим, что решения о том, что оставить, а что вывести принимаются после тщательного анализа на основе ассортиментного менеджмента). И, как это на первый взгляд, ни парадоксально, продажи при этом повышаются (по результатам эксперимента Трайндла на 17-20%, а в некоторых магазинах даже вдвое). Презентация товара, а именно через нее происходит обращение к потребителям в точке продажи, становится главной формой коммуникации. Чтобы эта коммуникация была успешной, покупателя не должно отвлекать слишком большое количество предлагаемых товаров²⁸.

В основе эффекта LIM – особенности функционирования психики человека. Дело в том, что наше внимание способно удержать одновременно 7 плюс-минус две единицы информации. То есть если на полке представлены 5-7 моделей, покупатель заметит их все. Если 8-9, то возможно да, а возможно уже и не в полном объеме (в зависимости от тренированности внимания и памяти). А вот уже из 10-11 – ему надо выделять те самые 5-7, которые он способен охватить вниманием. Внимание при этом рассеивается, а психика быстро утомляется, в результате человеку хочется по-быстрее покинуть магазин. Иногда даже и ассортимент сокращать не требуется. Зачастую это вопрос неэффективного использования торговых площадей.

Третий способ: помимо параллельно-перпендикулярного способа выкладки, можно просто слегка нарушить «правильный» порядок расположения. Например, обувь, стоящая на разных уровнях, развернута под углом 45 градусов в одну и в другую сторону. При такой ориентации товара «читается» каждая полка. Разные формы выкладки, размещение товара на разных уровнях – также разбивает монотонность и привлекают внимание к разнообразию моделей.

Четвертый способ: вообще, чем больше отличий (акцентов) создается, тем больше товара замечает покупатель в магазине. Тем более качественной становится презентация. Такое расположение обуви, когда на всех трех уровнях островного стеллажа представлено одинаковое количество однородного товара, «размывает» внимание покупателя. И, как следствие, нижняя полка уже не «читается» им. Избегайте монотонности: разные уровни витрины предполагают разное оформление. Когда на нижней полке осталось минимальное количество обуви, она сразу стала привлекать внимание покупателя – оформилась так называемая фокусная точка.

И еще один нюанс. Качество должно переживаться эмоционально – визуальные образы должны создавать доверие к товару и пробуждать желание его приобрести. Тогда у человека при взгляде на вещь пробуждается яркая потребность в ней. Поэтому так важно насыщать пространство магазина эмоциональными образами. И вместо лаконичных надписей, лучше сделать фон, используя красивые фото. Следует также отметить, что можно использовать фотосюжеты, создающие настроение и воздействующие на эмоции покупателя. Помните, что «картинка говорит лучше тысячи слов». Использование эмоциональных фотосюжетов, ориентированных на целевую группу покупателей, носит название «интуитивный мерчандайзинг», они как раз и создают в магазине ту психологическую атмосферу, которая на эмоциональном уровне побуждает приобретать ваши товары.

Мерчандайзинг в обувном бизнесе имеет особенно сложную выкладку, так как обувь, нужно расположить по стилю, цвету, размеру, по функциональности, (т.е. разделя-

²⁸ Парамонова, Т.Н., Рамазанов, И.А. Мерчандайзинг [Текст] : Учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. – М.: ИД ФБК – Пресс, 2004.

ются на спортивную, пляжную, офисную, casual, домашнюю и т.д.), также по маркам, цене. Не говоря уже о разделении на женскую, мужскую и детскую. Как уже говорилось, в каждом магазине своя политика расположения обуви. Если вспомнить года перестройки, в основном обувь располагалась по размерам. Но при этом покупатель направляется сразу к той обуви, за которой пришли, не рассматривая других вариантов. Тем более это унижает людей с нестандартным размером ноги, и наверняка в другой раз такие покупатели обойдут ваш магазин стороной. Также не совсем правильно расставлять обувь по маркам. Просто, когда человек идет за определенным брендом, он направляется к нему, не замечая остального разнообразия товаров. Выкладка по цвету актуальна в магазинах, где продается и обувь и одежда, чтобы можно было быстрее подобрать обувь под цвет одежды. Также эту методику используют при подражании зарубежным магазинам. По цене можно расставлять обувь при различных распродажах, акциях и сезонах скидок. И конечно можно соединять или чередовать разные направления в период сезонных распродаж и выходов новых коллекций. В таких отделах, как мужской, женский и детский можно также экспериментировать с разными принципами выкладки.

Когда с покупателем налажена коммуникативная связь при помощи презентации товара, необходимо сосредоточиться на зрительном формировании экспозиции. В мерчендайзинге существует закон оптимальной протяженности зрительного контакта, при котором фейсинг мелких товаров на торговой полке короче 40 см неэффективен. Исходя из этого, модели обуви класса бридж целесообразно объединять в группы по 2-3 образца, при этом количество блоков на одной торговой полке не должно превышать 5-9 единиц: исследования показали, что человеческий глаз способен зафиксировать в большом ряду однотипных товаров от 2 до 9 объектов. Шаг групп может варьироваться от 0,20 до 0,40 м. В блоках обувь должна соединяться некоторыми признаками: единая конструкция, похожая или различная носочная часть, одинаковая высота каблука, цвет – контрастный либо нюансный и т.п. Чтобы не допустить монотонности в презентации товара, используется так называемый «параллельно-перпендикулярный» способ выкладки. В такой ситуации блоки обуви, чередуясь, выставляются либо параллельно, либо перпендикулярно краю торговой полки. Ракурс моделей для блоков подбирается исходя из конструктивных особенностей обуви (конструкция, фурнитура, отделка).

Таким образом, сегодня, в связи с большим количеством магазинов и товаров, трудно удивить и заманить покупателей. Поэтому открывая магазин по продаже обуви, Вам придется очень сильно поработать над дизайном помещения:

1. Немалую роль играет освещение магазина.
2. Правильно выбрать полки и стеллажи для товара.
3. Организовать удобный подход к витринам и возможность примерять и посмотреть на себя в зеркало, при этом человек не должны мешать другим покупателям.
4. Расстановка мебели должна иметь хороший обзор для продавцов.

Следуя букве Закона, в мерчендайзинге селективной обуви существует несколько основных законов: самих по себе обувных коллекций Домов мод в отрыве от одежды не существует; обувь класса «люкс» может выставляться только со «своей» коллекцией, как ее аксессуар; обувь всегда должна «комплектоваться» аксессуарами. Помимо продаж, мерчендайзеры должны сохранить идею и концепцию коллекций. Компонуется выкладка товаров по степени клиентских запросов. Потребительский сегмент селективной обуви – это люди с активной жизненной позицией, как правило, не зацикленные на одном и том же бренде.

Существует и иная база формирования покупательского спроса, порождающая иную выкладку обуви и аксессуаров. Его концепция заключается в своеобразном подходе к клиенткам, который определяет само понятие корнера – маленький и уютный мультибрендовый уголок, где на каждую марку приходится по одному – два комплекта

«обувь – сумочка – ремешок». Это концепция создания в сознании покупателя на привыкании к спокойной, уютной обстановке «для своих».

По нашему мнению, для магазина «КОКОН» можно порекомендовать приобретение следующих видов торгового оборудования:

1. Островные конструкции. Привлекательность, мобильность, эстетичность, удобство – все это можно сказать об островных конструкциях. Коллекция островных конструкций, позволяет каждому клиенту подобрать необходимые элементы в соответствии с его концепцией и дизайном. Оригинальность форм и разнообразие используемых материалов (дерево, стекло, металл различного цвета, исполнения и сечения) гарантирует гармоничное вливание выбранных островных конструкций в любой интерьер магазина. Мобильность островных конструкций за считанные минуты позволит поменять внутренний интерьер магазина, отражая потребность концентрации внимания покупателя на рекламных акциях (новые коллекции, сезонная распродажа и т.д.).

2. Демонстрационное оборудование – горизонтальные и наклонные подставки для обуви. Их назначение только в одном – эффектно представить обувь. Они изготавливаются различных размеров и высоты.

3. Стандартные сборные торговые системы, имеющие различные основы. Это может быть прочная алюминиевая стойка, перфорированная стойка, горизонтальный профиль или металлические перфорированные панели. Неповторимый стиль магазина клиента подчеркнут изящные системы на основе кованого железа, а подвесные тросовые системы подойдут даже для самых смелых и современных интерьеров. Практичные эконом-панели помогут удачно разместить разнообразные группы товаров в любом торговом зале.

По нашему мнению, магазину «КОКОН» следует установить систему безопасности Lucatron Scorpio SCS-100. Последняя разработка компании Lucatron (Швейцария), система Scorpio SCS-100 – это надежное, современное и в тоже время экономичное решение для защиты от краж. Привлекательный дизайн системы, в совокупности с безупречной работой новейшей цифровой электроники отвечает всем современным требованиям. Противокражная система надежно защищена от воздействия внешней среды. Помимо экономичности, одним из преимуществ системы Scorpio является возможность использования ее панелей в качестве эффективного рекламносителя (indoor-реклама) путем замены съемных панелей на панели с рекламой магазина. Отличительные особенности: современная электроника с автоматической отстройкой от внешних помех в том числе от других радиочастотных систем. Цифровая обработка сигнала и отсутствие ложных срабатываний.

С учетом вышеизложенного, предлагаемые нами мероприятия для обувного магазина «КОКОН» торговой сети «Прайд» будут включать: 1) создание стандарта розничного обувного магазина на принципах мерчандайзинга с включением должности мерчандайзера; 2) использование методов визуального мерчандайзинга в обувном магазине «КОКОН» «Каждой туфельке свое место»; 3) совершенствование коммуникационной политики магазина «КОКОН» и 4) приобретение спецоборудования для привлечения покупателей и повышения эффективности продаж.

Само по себе понимание того, что мерчандайзинг совершенно необходим был доказан только тогда, когда было установлено что 60% покупок покупатели делают спонтанно, что и предопределило значимость оформления и расстановки товаров для успешности магазина и производителя. Несмотря на то, что многие покупатели исследуют продукцию заранее, 6 из 100 выбирают товар на месте, делая выбор, исходя из увиденного, прочитанного и так далее. Следовательно, 60% покупателей не сформировали свое мнение о товаре окончательно до того как они представлены перед выбором в магазине. Таким образом, если определенный товар предоставлен гораздо

лучше, чем остальные, или на нем акцентировано внимание, то можно значительно увеличить спрос на этот товар, причем этих способов довольно много.

Сегодня уже едва ли найдется ли компания на рынке, которая когда-либо не прибегала бы к определенным методам мерчандайзинга, поэтому сегодня почти все рекламные агентства активно предоставляют такие услуги. Все области рынка используют эти приемы, как в потребительской, так и в промышленной сферах. Уже давно установлено, что для эффективного повышения продаж не нужно тратить огромных средств на рекламу, а вместо этого можно подтолкнуть покупателя к определенному решению, когда тот выбирает из нескольких товаров. Это связано с тем, что потребитель очень часто принимает свое финальное решение уже в магазине, что и обуславливает эти новаторские средства невербальной коммуникации.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современном мире с учетом обострения конкуренции и с увеличением роли самообслуживания покупателей, возрастает и роль мерчандайзинга как инструмента продаж в конечной точке – магазине. Мерчандайзинг позволяет стимулировать покупателей совершать покупки в том или ином магазине какой-либо определенной марки либо же любых товарных групп. Для того, чтобы мерчандайзинг дал максимально эффективный результат с целью увеличения продаж, необходимо использовать комплекс инструментов, методов и правил мерчандайзинга, и применять их в соответствии с направленностью магазина, в зависимости от типа товара, от потребительских предпочтений и других факторов. Поскольку покупатель чаще всего, если это не касается тщательно спланированных крупных покупок (по цене или по размеру товара), почти половину решения о покупке того или иного товара принимает, находясь непосредственно в магазине. Следовательно, тщательно продуманные меры мерчандайзинга способны подтолкнуть потребителя к покупке или даже внушить ему мысль о необходимости покупке того товара, о котором ранее он не задумывался, сформировать потребность. Поскольку целью маркетинга является удовлетворение потребности, а мерчандайзинг является важной составной частью маркетинга, следует учитывать данное назначение мерчандайзинга при использовании его инструментов. Если покупателю будет комфортно и приятно находиться в магазине и если товар будет тщательно упакован, правильно расположен в торговом зале таким образом, чтобы потребитель мог без труда найти нужный ему товар, то покупатель не будет спешить покинуть торговое помещение, а задержавшись там подольше, возможно захочет купить дополнительные товары.

В условиях современного бизнеса конкурентоспособность любого предприятия, вне зависимости от его размеров, зависит, в первую очередь, от качества его продукции и соизмеримости ее цены с предлагаемым качеством. Доступность получения информации покупателем, а также интуитивно понятная выкладка, удовлетворяющая ожиданиям потребителя, является важным фактором принятия решений в пользу покупки именно данного товара или услуги. Подобное отношение в организации деятельности розничного обувного магазина позволяет реагировать быстрее на тенденции рынка и является серьезным конкурентным преимуществом.

Список литературы:

- 1 *Баклин, Л.*, Стратегия розничной торговли и классификация потребительских товаров [Текст] / Л.Баклин. – Спб., Питер, 2006.
- 2 *Беляев, В. И.* Маркетинг: основы теории и практики [Текст] : Учебник / В. И. Беляев. – М. : КНОРУС, 2005.
- 3 *Герчикова, Е.З., Санинский, С.А.*, Мерчандайзинг [Текст]: Учебное пособие для студентов специальности «Маркетинг» / Е.З. Герчикова, С.А. Санинский. – Саратов: Издат.центр СГСЭУ, 2011.

- 4 *Гузелевич, Н. Ю.*, Фокусы мерчандайзинга: эффективные «трюки» для торговцев и поставщиков [Текст] / Н.Ю. Гузелевич. – Спб.: Питер, 2010.
- 5 *Канаян, К. и Р.*, Мерчандайзинг [Текст] / Кира и Роберт Канаян. – М.: Рип-холдинг, 2011. (Академия рекламы).
- 6 *Клочкова, М.С., Логинова, Е.Ю., Якорева, А.С.*, Мерчандайзинг [Текст]: Учебное пособие / М.С. Клочкова, Е.Ю. Логинова, А.С. Якорева. – М., Дашков и К, 2008.
- 7 *Комлев, Н. Г.* Словарь иностранных слов [Текст] / Н.Г. Комлев. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000.
- 8 *Панкрухин, А. П.* Маркетинг: основы теории, стратегии и технологии [Текст] : Учебник /А. П. Панкрухин. – М.: Издательство «Омега-Л», 2008.
- 9 *Парамонова, Т.Н., Рамазанов, И.А.* Мерчандайзинг [Текст] : Учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. – М.: ИД ФБК – Пресс, 2004.

Бударина Я.Е., Салахутдинова Э.Р.

ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ

АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МУП «УИС»

В статье рассмотрена степень ликвидности активов, ликвидность баланса, указана информационная база исследования, а также предложены пути улучшения нормализации коэффициента абсолютной ликвидности.

Одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия является ликвидность. Задача анализа ликвидности возникает в связи с необходимостью давать оценку кредитоспособности организации, т.е ее способности своевременно и полностью рассчитываться по своим обязательствам.

Ликвидность баланса определяется, как степень покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств[4]

Анализ ликвидности дополняется анализом платежеспособности, которая характеризует возможность предприятия своевременно и полностью выполнять свои платежные обязательства, которые вытекают из кредитных и других операций денежного характера, и имеют определенные сроки уплаты.

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств фирмы ее активами, срок преобразования которых в деньги отвечает срочному погашению обязательств.

Для оценки ликвидности и платежеспособности предприятия нужно:

- осуществлять анализ ликвидности баланса;
- оценивать и рассчитывать финансовые коэффициенты ликвидности;
- провести анализ финансовых потоков.

Предприятие будет считаться платежеспособным, если величина краткосрочных обязательств не будет превышать величину оборотных активов.

В зависимости от степени ликвидности активы предприятия разделяются на следующие группы:

A1 .Наиболее ликвидные активы. К ним относятся все статьи денежных средств предприятия и краткосрочные финансовые вложения.

A2 .Быстро реализуемые активы – дебиторская задолженность, платежи по которой ожидается в течение 12 месяцев после отчетной даты.

A3.Медленно реализуемые активы, а именно, группа статей «Запасы» раздела актива баланса (за исключением статьи расходов будущих периодов), налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям и дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты.

А4. Труднореализуемые активы – статьи раздела I актива баланса – внеоборотные активы.

Также в 4 группы по степени срочности их оплаты располагаются Обязательства организации (пассивы баланса):

П1. Наиболее срочные обязательства, к которым относятся кредиторская задолженность.

П2 . Краткосрочные обязательства (статьи V раздела пассива баланса), к которым относятся краткосрочные займы и кредиты и прочие займы, подлежащие погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты.

П3 . Долгосрочные пассивы – это статьи баланса, относящиеся к V и VI разделам, т.е. долгосрочные кредиты и заемные средства, а также доходы будущих периодов, фонды потребления.

П4. Постоянные (фиксированные) пассивы – это их составляют все статьи раздела пассива баланса «Капитал и резервы». Если у организации есть убытки, то они вычитаются.

Что бы определить ликвидность баланса необходимо сравнить итоги по группам активов и пассивов. Баланс предприятия считается абсолютно-ликвидным при выполнении следующих условий на начало и на конец отчетного года:

$$A1 \geq П1; A2 \geq П2; A3 \geq П3; A4 \geq П4 [2].$$

Выполнение первых трех равенств свидетельствует о том, что текущие активы превышают внешние обязательства.

В случае же невыполнения отдельных условий в первых трех неравенствах, наблюдается отклонение ликвидности баланса от оптимального варианта.

Общую оценку платежеспособности предприятия дает коэффициент текущей ликвидности ктл.

$$ктл = (A1 + A2 + A3) / (П1 + П2)$$

В мировой практике значение этого коэффициента должно находиться в диапазоне 1-2.

Естественно, существуют обстоятельства, при которых значение этого показателя может быть и больше, однако, если коэффициент текущей ликвидности более 2-3, это, как правило, говорит о нерациональном использовании средств предприятия.

Значение коэффициента текущей ликвидности ниже единицы говорит о неплатежеспособности предприятия.

Коэффициент быстрой ликвидности показывает, какую часть задолженности можно погасить текущими активами за минусом запасов. Он определяется по формуле:

$K_{бл} = (A1 + A2) / (П1 + П2)$, и его рекомендуемое значение составляет от 0,8 до 1. Этот коэффициент позволяет оценить возможность погашения предприятием краткосрочных обязательств в случае его критического положения, когда не будет возможности продать запасы.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть кредиторской задолженности предприятие может погасить немедленно. Коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается по формуле:

$$K_{ал} = A1 / (П1 + П2) \text{ при нормированном значении от } 0,2 \text{ и выше.}$$

Для комплексной оценки ликвидности баланса в целом используют общий показатель платежеспособности L, вычисляемый по формуле:

$L = (A1 + 0,5A2 + 0,3A3) / (П1 + 0,5П2 + 0,3П3)$ и с нормированным значением от 1 и выше, который показывает отношение всех ликвидных средств организации к сумме всех платежных обязательств при условии, что различные группы ликвидных средств и платежных обязательств входят в указанные суммы с весовыми коэффициентами, учитывающими их значимость с точки зрения сроков поступления и погашения обязательств [3].

Таблица 1

Анализ ликвидности баланса МУП УИС за 2011 г.

Актив	Начало года	Конец года	Пассив	Начало года	Конец года	Платёжный излишек (недостаток)	
						Начало года	Конец года
Наиболее ликвидное	57395	82444	Наиболее срочные	3866753	3464497	-3809358	-3382053
Быстро реализуемые	3566019	2028719	Краткосрочные пассивы	345111	546111	3220908	1482608
Медленно реализуемые	816275	2179223	Долгосрочные пассивы	0	0	816275	2179223
Труднореализуемые	719049	695004	Постоянные пассивы	946874	4404635	-227825	-3709631
Баланс	5158738	4985390	Баланс	5158738	4985390	0	0

Рассмотрим на примере ликвидности и платёжеспособности предприятие МУП «Уфимские инженерные сети».

Основными видами деятельности МУП УИС являются производство и передача тепловой энергии; обеспечение работоспособности котельных, тепловых и электрических сетей; учет, управление и пользование объектами тепло- и электроснабжения.

Результаты анализа ликвидности баланса представлены в табл. 1 и 2.

Анализируя баланс таблицы 1 и таблицы 2 можно сделать вывод о том, что баланс не является абсолютно ликвидным. Результаты расчетов относительных показателей ликвидности приведены в таблице 3.

Из анализируемой таблицы можно сделать вывод, о том что в настоящее время МУП «УИС» испытывает трудности в погашении своих обязательств, однако, пока что предприятие считается относительно платежеспособным, т.к. величина краткосрочных обязательств не превышает величину оборотных активов. Коэффициент быстрой ликвидности по состоянию на 01.01.2011 г. Был в пределах нормативного, но в дальнейшем стал ниже нормативного.

Таблица 2.

Анализ ликвидности баланса МУП УИС за 2012 г.

Актив	Начало года	Конец года	Пассив	Начало года	Конец года	Платёжный излишек (недостаток)	
						Начало года	Конец года
Наиболее ликвидное	82444	281104	Наиболее срочные	3464497	2997616	-3382053	-2716512
Быстро реализуемые	2028719	2806163	Краткосрочные пассивы	546111	230511	1482608	2575652
Медленно реализуемые	2179223	2614200	Долгосрочные пассивы	0	0	2179223	2614200
Труднореализуемые	695004	677543	Постоянные пассивы	4404635	3150883	-3709631	-2473340
Баланс	4985390	6379010	Баланс	4985390	6379010	0	0

Таблица 3

Относительные показатели ликвидности и платежеспособности МУП «УИС»

Наименование показателя	Начало 2011г.	Начало 2012 г. (Конец 2011 г.)	Конец 2012г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,014	0,021	0,087	$\geq 0,2$
Коэффициент быстрой ликвидности	0,860	0,526	0,956	0,8 – 1
Коэффициент текущей ликвидности	1,05	1,06	1,776	1 – 2
Общий показатель Платежеспособности	0,46	0,468	0,8	≥ 1

Аналогичная картина с общим показателем платёжеспособности. Для нормализации коэффициента абсолютной ликвидности можно быть предложено два пути:

- увеличение числа оборотных активов
- снижение доли заемных средств и краткосрочных обязательств в пассиве.

Для нормализации коэффициента абсолютной ликвидности можно быть предложено два пути:

- увеличение числа оборотных активов
- снижение доли заемных средств и краткосрочных обязательств в пассиве [1].

Список литературы:

- 1 *Донцова Л.В.* Анализ финансовой отчетности [Текст]: учебник/Л.В Донцова, Н.А.Никифорова. – 7-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис». -2009. – 384 с.
- 2 *Колчина, Н.В.* Финансы организации (предприятия) [Текст] : учебник / Н. В. Колчина. – 4-е изд., перераб. и допл. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 385 с.
- 3 *Поршнев, А. Г.* Ликвидность баланса [Электронный ресурс] : / А. Г. Поршнев // BizKiev-Бизнес журнал / Режим доступа: <http://bizkiev.com/content/view/944/592/-15.02.11>
- 4 *Смекалов, П.В.* Экономический анализ в АПК [Текст]: учебник/П.В Смекалов, С.В.Смолянинов, Л.Н.Косякова. – СПб. : Проспект Науки , 2011. – 488 с.

Букрина О.В.

филиал ФГБОУ ВПО ТюмГУ в г. Шадринске

БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ:**ПРОБЛЕМА И НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ РЕШЕНИЯ**

Статья посвящена одной из серьёзнейших проблем современности – проблеме безработицы в Российской Федерации. Автором предлагаются некоторые направления её решения на государственном уровне.

В соответствии с законодательством РФ²⁹, безработными признаются граждане, которые:

- не имеют работы и заработка;
- зарегистрированы в органах службы занятости;
- ищут работу и готовы приступить к ней.

С экономической точки зрения, неэффективное использование производительных сил, приводит к неполной занятости производительных мощностей, а также к неполному использованию общественных ресурсов. А, с социальной точки зрения, безработица ведет к обострению социальных проблем и общественной напряженности в обществе.

²⁹ О занятости населения в Российской Федерации: Закон РФ от 22.07.2010 г. № 162 – Ф (в ред. от 02.07.2013 г. № 185 – ФЗ, с изм., внесенными Постановлениями Конституционного Суда РФ от 16.12.1997 г. № 20 – П, от 23.04.2012 г. № 10 – П, Федеральным законом от 05.05.2014 г. № 116 – ФЗ) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi? =law; n=148901>



Рис. 1. Динамика численности безработных

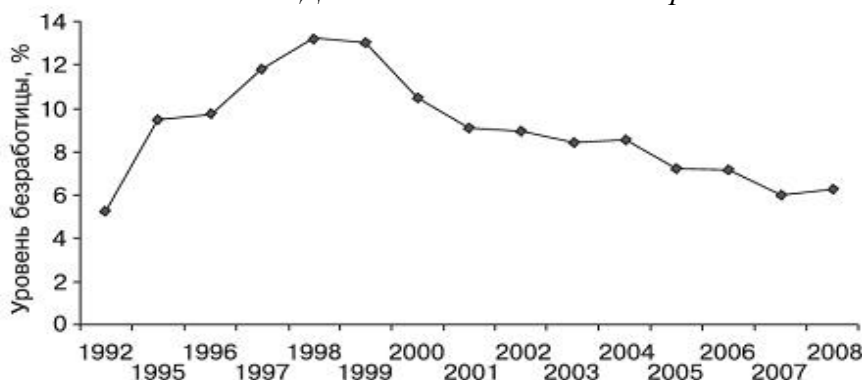


Рис. 2. Уровень безработицы

Уровень безработицы является одним из основных показателей, отражающих общее состояние экономики, что проблему безработицы выводит в статус чрезвычайно актуальных. Государственная политика в области содействия занятости населения и процессов на рынке труда в целом, определена ст. 5 Закона Российской Федерации “О занятости населения в РФ” от 22.07.2010 года № 162 – ФЗ:

- государство проводит политику содействия реализации прав граждан на полную, продуктивную и свободно избранную занятость;
- государственная политика в области содействия занятости населения направлена на реализацию многообразных элементов социально – экономических условий рационального и продуктивного использования трудового потенциала общества³⁰.

Таблица 1.

Уровень безработицы в странах СНГ

	Уровень безработицы МОТ в % к экономически активному населению в 2012 году	Уровень безработицы МОТ в % к экономически активному населению в 2013 году
Азербайджан	5,2	5,0
Армения	17,3	16,2 ¹⁾
Казахстан	5,3	5,2

³⁰ О занятости населения в Российской Федерации: Закон РФ от 22.07.2010 г. № 162 – Ф (в ред. от 02.07.2013 г. № 185 – ФЗ, с изм., внесенными Постановлениями Конституционного Суда РФ от 16.12.1997 г. № 20 – П, от 23.04.2012 г. № 10 – П, Федеральным законом от 05.05.2014 г. № 116 – ФЗ) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=law;n=148901>

Кыргызстан	8,4	8,4
Молдова	5,6	5,1
Россия	5,5	5,5
Украина	7,5	7,0 ¹
СНГ	6,0	5,9

В последнее время проблеме безработицы в России стало уделяться значительное внимание, что привело к ее снижению. Динамика численности безработных в России³¹.

Численность безработных в соответствии с критериями Международной организации труда в целом по странам СНГ в 2013 году составила 8,1 миллиона человек, или 5,9 % численности экономически активного населения (в 2012 г. – 8,2 млн. человек, или 6 %). Общее число безработных по сравнению с 2012 годом сократилось на 0,1 млн. человек, или на 1,4 процента. Надо отметить, что показатели уровня регистрируемой безработицы по известным причинам существенно ниже, определяемой по методике МОТ (см. Таблица 1).

Численность экономически активного населения оценивают по данным выборочных обследований населения по проблемам занятости. В международных стандартах рекомендуется указывать минимальный возраст, принятый при измерении экономически активного населения. Он может быть принят на уровне 6 лет (Египет), 10 лет (Бразилия) и повышается до 16 лет (США, Швеция). В большинстве стран он составляет 14 – 15 лет. В некоторых странах предусмотрены два минимальных предела: более низкий – для получения информации об экономической деятельности и несколько более высокий – для группировки экономически активного населения: например, в Канаде – 14 и 15 лет, Индии – 5 и 15, Венесуэле – 10 и 15, в России – 15 и 16 лет³². Помимо минимального, в ряде стран установлен максимальный возраст. Это означает, что лица старше его исключаются из расчета численности экономически активного населения. Например, в Дании, Швеции, Норвегии, Финляндии установлен верхний предел в 74 года. В России при проведении обследований населения по проблемам занятости ограничиваются возрастом в 72 года. Вместе с тем, при дальнейшей группировке населения на занятых и безработных, как и в большинстве стран, максимальный возраст не установлен.

Чтобы иметь представление об уровне экономической активности населения страны (региона), определяется доля этой категории граждан в общей численности населения. В России в конце 1999 г. уровень экономической активности населения страны (жителей, обеспечивавших предложение рабочей силы) был равен 50,7 %. В их числе 65,6 млн. человек (88,3 %) были заняты всеми видами экономической деятельности и 8,7 млн. человек (11,7 %) не имели занятия, но активно искали его и в соответствии с методологией МОТ классифицировались как безработные³³.

³¹ Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег – М.: Гелиос АРВ, 2007.

³²Иванова, Н. Ю. Экономическая статистика: учебник. – ИНФРА.-ИНФРМ,2009

³³Соболева И., Четвернина Т. Масштабы безработицы в России и способы её измерения // Вопросы экономики. – 1999.

**Уровень безработицы по возрастным группам и виду поселения
в марте 2013 года**

(в % от экономически активного населения; без корректировки сезонных колебаний)

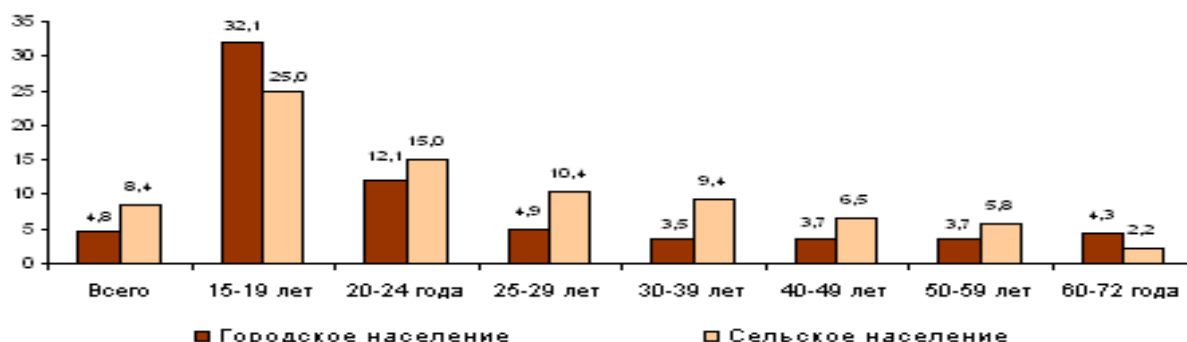


Рис. 3. Уровень безработицы по возрастным группам 2013 г.

В целом, по сравнению с мировой статистикой, статистические показатели в сфере занятости отличаются в положительную сторону. Численность экономически активного и занятого населения растет, безработица и по методологии МОТ, и по фактической регистрации падает. Но это не значит, что в стране нет проблем на рынке труда. Представляется целесообразным, прежде всего, закрыть наш рынок труда для миграционной рабочей силы, что приведет к росту заработной платы и привлечет наши трудовые ресурсы. Также нужно развивать кадровые отделы на предприятиях, которые будут заниматься переподготовкой и повышением квалификации рабочей силы. Правительство может ввести государственное стимулирование активизации отечественного рынка труда за счёт собственных трудовых ресурсов (например, налоговыми средствами), предоставляя работодателям налоговые льготы при создании рабочих мест определенным группам населения – молодежи, инвалидам, включая при этом возможность государственного софинансирования части заработной платы молодых сотрудников, ввести возможность сокращения налоговой ставки для предприятий, создающих дополнительные рабочие места.

Кроме того, крайне необходимо создавать новые и развивать уже существующие службы занятости, биржи труда, осуществляющие предоставление информации о вакантных рабочих местах безработным, оказывающих содействие в трудоустройстве населению, с целью снижения безработицы³⁴.

Васильева М.В., к.э.н., доцент, Коробейникова К.В.

Уральский государственный юридический университет,

Уральский институт экономики управления и права

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ
КАК НЕЦЕНОВОЙ ФАКТОР РЫНОЧНОГО СПРОСА**

В статье рассматриваются неценовые детерминанты рыночного спроса, выявлены основные психологические факторы, оказывающие влияние на поведения потребителя.

В учебной литературе спрос определяется как такое количество товара или услуги, которое покупатели могут и желают купить по строго определенной цене, в определенный промежуток времени³⁵. Рыночным спросом на товар является совокупность индивидуальных спросов на этот товар по различным ценам. Следует различать поня-

³⁴ Вукович Г.Г. Повышение конкурентоспособности предприятия как результат эффективизации его кадровой политики. 2013 г.

³⁵ Кочеткова А.А. Экономическая теория: Учебник. Изд-во Дашков и К, 2011 г.

тия *величина спроса и рыночный спрос*. Величина спроса (объем спроса) представляет собой количество товара, которое готов приобрести покупатель по конкретной цене, а рыночный спрос на товар — это готовность потребителя приобрести товар при всевозможных ценах, то есть, функциональная зависимость величины спроса от цены. Изменение спроса зависит от неценовых факторов (детерминантов).

Неценовые детерминанты спроса – факторы, влияющие на величину спроса, и не связанные с ценой товара. При изменении неценовых факторов изменяется величина спроса при заданных величинах цены. К неценовым факторам относятся следующие факторы:

а) экономические – экономический строй общества в целом, платежеспособность населения, уровень розничных цен и соотношение между ценами и различиями товаров, объем и масштабы производства в подсобных и личных фермерских хозяйствах и др.;

б) социальные – социальный строй общества в целом, общественные фонды потребления; статус потребителя в зависимости от его профессии, места жительства (город или сельская местность), уровень образования;

в) и культуры населения; а также национальные, религиозные, местные, традиционные привычки; и др.;

г) демографические – численность населения и его прирост, половозрастной состав, миграция;

д) природные – климатические условия, вид и количество осадков, рельеф и ландшафт местности;

ж) эстетические – внешний вид товара и его упаковка;

з) психологические – воспитание, характер, темперамент, особенности восприятия различных образов;

и) мода – временная популярность, непродолжительное господство потребительских вкусов, форм и образцов одежды, других бытовых предметов в различных слоях общества.

Аргументы, объясняющие действие закона спроса:

1) подтверждения того, что люди покупают больше дешевых товаров, чем аналогичных, но более дорогих;

2) принцип убывающей полезности, согласно которому каждая последующая единица товара приносит меньшую пользу для ее потребителя; однако при снижении цены на определенный товар желание приобрести его усиливается;

3) эффект дохода и замещения.

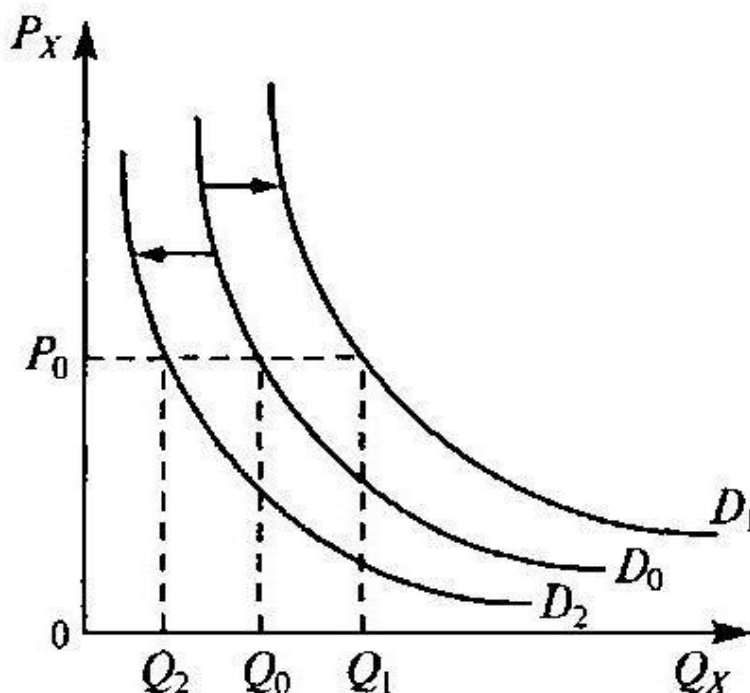


Рис. 1. Изменение спроса

В самом классическом варианте поведение потребителя рассматривается как совокупность поступков и действий отдельных индивидов и их групп, направленная на получение, потребление и распоряжение различными благами и услугами, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим поступкам или следуют за ними. Развернутая модель покупательского поведения была предложена известным специалистом в области маркетинга Ф. Котлером. Она содержит такие важные с точки зрения экономической психологии компоненты, как характеристики покупателя, оказывающие влияние на его действия, а также схему процесса принятия решения о покупке.

К характеристикам покупателя он относит факторы различных уровней, которые оказывают влияние на совершаемые покупки:

а) факторы культурного порядка: культура (базовый набор ценностей, предпочтений и поступков, характерный для его семьи и основных институтов общества), субкультура (культура более мелких групп), социальное положение;

б) факторы социального порядка: рефрентные группы, семья, роли и статусы;

в) факторы личного порядка: возраст и этап жизненного цикла семьи, род занятий, экономическое положение, образ жизни; тип личности и представление о самом себе.

г) факторы психологического порядка: мотивация, восприятие, убеждения.

В соответствии с моделью Ф. Котлера решение покупателя о приобретении товара проходит следующие этапы:

1) осознание проблемы: процесс покупки начинается с того, что покупатель осознает нужду, оценивает разницу между своим реальным и желаемым состоянием. Возникает мотив приобрести определенный товар, способный удовлетворить возникшую потребность.

2) поиск информации: мотивированный потребитель может заняться, а может и не заняться поисками дополнительной информации. Если побуждение оказывается силь-

ным, а товар, способный его удовлетворить, легкодоступен, потребитель скорее всего совершит покупку. Если нет, то потребность может отложиться в его памяти. При этом потребитель либо прекращает поиски информации, либо занимается активными поисками. В качестве источников информации он может использовать: а) личные источники (семья, друзья, знакомые); б) коммерческие источники (реклама, продавцы, дилеры, упаковка, выставки); в) общедоступные источники (средства массовой информации); г) источники эмпирического опыта;

3) оценка вариантов:

во-первых, каждый потребитель обращает больше всего внимания на те свойства товара, которые имеют отношение к его нужде;

во-вторых, потребитель придает разную степень значимости, полезности свойствам, которые важны для него;

в-третьих, оценка свойств ведет к ранжированию объектов из множества альтернатив. У потребителя формируется намерение совершить покупку наиболее предпочтительного объекта;

4) решение о покупке: несмотря на имеющиеся намерения сделать покупку, на принятие окончательного решения могут повлиять такие факторы, как отношения других людей и непредвиденные обстоятельства;

5) реакция на покупку: купив товар, потребитель будет либо удовлетворен, либо не удовлетворен, что отразится на его последующем поведении и отношении к данному товару, марке, фирме.

На основе модели Ф. Котлера российскими исследователями были выделены следующие психологические факторы, влияющие на итоговые действия покупателя: а) характер индивида; б) уровень его образования; в) степень культуры; д) материальное положение; е) особенности текущей ситуации.

Особенности поведения людей на рынке товаров характеризуют также совершаемые ими виды покупок.³⁶

а) покупки, основанные на размышлении: они связаны с обдумыванием вопроса, каким образом можно совершить покупку, удовлетворяющую потребности в наибольшей степени.

б) покупки, основанные на эмоциях: эти покупки предполагают размышления по поводу того, как лучше обосновать для себя (и для других) целесообразность уже сделанной покупки;

в) привычные покупки: покупатель склоняется лишь к приобретению уже известной продукции. Такой тип покупок удобен, поскольку избавляет от необходимости постоянно делать выбор. Данное поведение характерно при покупке товаров надежных торговых марок;

г) спонтанные покупки могут вызываться внешними или внутренними стимулами, между которыми существует взаимосвязь. Неожиданно возникшее внутреннее желание сделать покупку может быть обусловлено внешними стимулами (например, рекламным предложением о распродаже, услышанным в супермаркете);

д) часто или редко происходящие покупки, которые говорят о приоритетных потребностях индивида.

Представленные виды покупок – своеобразные теоретические модели поведения покупателей. В реальной жизни, как правило, наблюдается сочетание различных видов покупок.

³⁶ *Посыпанова О.С.* Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Монография. – Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского, 2012.

В зависимости от типа товара, разрабатываются различные технологии продвижения на рынке товара, проще всего дело обстоит с известными товарами, к которым покупатели уже привыкли, гораздо сложнее дела обстоят с товарами, которые помимо раскрутки требуют дополнительных затрат на создание эффекта незаменяемости. Все передовые технологии при внедрении в массовое производство и реализацию встречают непонимание покупателей, поскольку человек умеет жить без данного приспособления. В ходе маркетингового продвижения в таких случаях необходимо делать упор на решаемые проблемы данным приспособлением.

Человек легко приспосабливается к любым изменениям окружающего мира, однако последнее столетие заставило человечество ставить во главу всего безопасность. Именно создание безопасных условий существования является постоянной потребностью всех людей, этот момент легко используется в ходе промо акций, рекламе и маркетинговом продвижении. Для продавцов торговля – это искусство убеждения. На покупателя влияет множество перечисленных факторов, но визуальная привлекательность, а в особенности цвет – самый сильный. В маркетинге товара нужно учитывать то, что покупатели ставят визуальную привлекательность и цвет выше других факторов выбора.

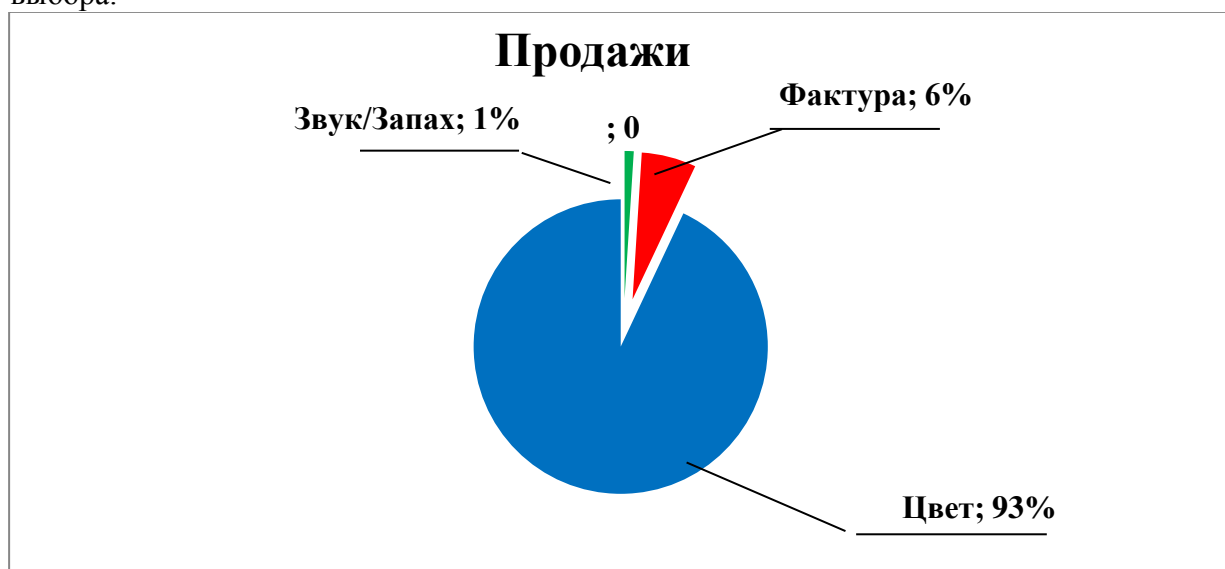


Рис. 2. Зависимость продаж от цвета³⁷

Цвет крайне важен в дизайне, хотя его значение может быть разным в разных странах.

Привлекательные цвета для американцев по-другому воспринимаются в Индии.

Ниже на рисунке 3 представлены цвета и их значения для североамериканских жителей.

³⁷ Базыма Б., Воздействие цвета на человека. Цвет и психика. Монография. Харьков, 2001.



Рис. 3. Цвета и их значения для североамериканских жителей

Учитывая все вышесказанное, стоит отметить, что грамотное использование психологии как неценового фактора спроса может кардинально изменить стратегию развития компании. В то же время не учитывать этот фактор будет являться непоправимой ошибкой, что может привести к ухудшению экономических показателей, но и экономических показателей по всей стране, а это в свою очередь приведет к безработице и увеличению количества преступлений.

Васина Д. В., к.э.н., доцент

Российский Государственный Геологоразведочный Университет

им. Серго Орджоникидзе (МГРИ-РГГРУ), Москва, Россия

ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ — ТОЧКА НЕВОЗВРАТА

УСПЕШНО ПРОЙДЕНА

*«Для каждой проблемы существует решение:
простое, изящное и неверное».*

У. Эдвардс Деминг

*«Войны выигрывают не генералы,
войны выигрывают школьные учителя...»*

Отто фон Бисмарк

Недостаток финансирования и выходящая за все возможные пределы рациональности, бюрократизация образовательной среды, это флагман сегодняшнего российского образования.

Образование всегда было и является основой культуры общества, одним из её многообразных составляющих.

Как и любая система, образование подразумевает наличие системообразующих элементов или принципов, определяющих её функционирование и дальнейшее развитие. В Советской школе, основополагающим принципом каждой образовательной ступени было обучение фундаментальному мышлению, предполагающему многовариант-

ность решаемых задачи, возможность приспособления и эффективного использования полученных знаний и собственного опыта к различным ситуациям и среде.

Образовательные материалы дают основную матрицу педагогической деятельности, однако каждый следующий шаг требует от преподавателя не только знаний, но и постоянного их совершенствования, именно поэтому, в свое время Филипп Кумбс и говорил о кризисе образования, как следствии усложнения самой среды, т. е. общества, технологий и задач.

Однако сегодня мы наблюдаем не кризис, это скорее деградиционная пропасть, в которую погружается образование в России, на всех его уровнях, причем дна пока не видно. Эта огромная пропасть обусловлена широким спектром причин, которые создают комплексное, непрерывно углубляющее её воздействие.

Пусковым механизмом послужило снижение финансирования системы образования, – если в СССР суммарные инвестиции были около 7% ВВП, то в постсоветской России они были около 3,3% (2014 год – 0,8%, ну, а к 2016 запланировано скромное сокращение до 0,7% к ВВП).

Этот кризис образования, который впоследствии планомерно развивался, изначально вызвало уменьшение потребности государства в большом количестве высококвалифицированных специалистов, связанное с остановкой научных разработок, закрытием конструкторских бюро и т.п. Эффективная система подготовки кадров в различных областях деятельности оказалась не нужна, да еще и потребляла большое количество ресурсов. Да и само население не стремилось уже получать образование, чтобы потом пополнить ряды безработных.

Именно зарплатная составляющая наиболее болезненно ударила по интеллектуальной среде общества. Унижение было не только материальным, но и моральным, именно тогда в развивающийся студенческий ум и стала проникать мысль «Если Вы такие умные, то, что же Вы такие бедные». Подобный подход со стороны государства, в первую очередь, изымал из интеллектуальной среды наиболее активную часть.

Не менее эффективно, в плане разрушительной силы, было и действие перевода образования на платную форму. Системный перелом выразился в том, что образование из социальной функции перешло в один из видов платных услуг, когда студент фактически становится «клиентом».

Откровенно вредительский характер носит введение системы тестирования для оценки знаний или ЕГЭ, которое было применено в Великобритании в 1864 году, а в 1901 году уже были замечены и описаны негативные последствия тестовой системы контроля знаний. ЕГЭ — применимо лишь, как промежуточный уровень контроля знаний, но никак не окончательный.

Сегодня снижение интеллектуального уровня студентов, особенно заметное в последние 4-5 лет, стало стало поражать своей яркостью. Причем, это обусловлено не только низким уровнем подготовки выпускников отечественных школ, вынуждающих и преподавателя снижать требования при изучении дисциплин, но и порой отсутствием элементарной возможности обновления преподавателем своих знаний. Во втором случае, это не вина студентов, ставших в общей массе индифферентными к образованию, это политика страны по отношению к образованию. Основные постулаты которой, таковы:

- 1 Приравнять профессорско-преподавательский состав к сословию уборщиц, кассиров и грузчиков, как по оплате труда, так и по должностным обязанностям. В частности, максимально загрузить ВППС методической работой, а в свободное от подобного рода «работы» время, ВППС может помыть полы и окна в своих кабинетах, естественно, своим «инструментом».

- 2 Исключить из нагрузки преподавателя количество часов, выделяемых на подготовку к занятиям, часы на проверку контрольных работ, тестов и рефератов, что

повлечет деградацию не только кадров, но и студентов, поскольку если не будет проверки работ, то зачем их писать самостоятельно, если можно взять готовое из интернета.

3 Заменить, в стандартах последнего поколения, большую часть аудиторных занятий самостоятельной работой студента, что также позволит дополнительно снизить качество усвоения материала студентом. Фактически это заочное обучение, на базе очного. Какое количество материала современный студент усваивает самостоятельно, безусловно зависит от индивидуальных особенностей личности, но сегодня процент тех, кто действительно пишет работу сам — ничтожно мал.

4 Обеспечить смену профессиональных кадров путем подготовки нового поколения, не обремененных даже дисперсной пылью интеллекта выпускников ВУЗа. Так как в аспирантуру пойдут «лучшие» из горе-студентов, а также желающие избежать армии или «те, что со связями», которые затем станут преподавателями. А кто-то пойдет в Министерство и будет готовить новые абсурдные приказы, не всегда понятные не только подписывающим, но и их создателям.

Таким образом, не только недостаток финансирования, но выходящая за все возможные пределы рациональности, бюрократизация образовательной среды, это флагман сегодняшнего российского образования, преследующий лишь одну цель: максимально укрепить, механизмы управляемой деградации образования, а как следствие и культуры, и общества в целом.

Сергей Евгеньевич Рукшин рекомендует: «нашему образованию и науке нужно дать передышку. Мораторий хотя бы на два года на какие бы то ни было реформы. И произвести ревизию итогов десятилетних реформ, без этого мы ничего не изменим» [3].

Но точка невозврата пройдена, даже если завтра последовать рекомендациям Рушкина С. Е., мы уже никогда не восстановим ту школу, что у нас была, даже через 50 лет. Поскольку те малочисленные профессиональные преподавательские кадры, что еще остались у нас в стране — заменить уже нечем, ведь те, кто успел получить хорошее образование – работают в других областях и не пойдут на такую зарплату, и такие условия работы.

В заключение, хочется процитировать слова С. Г. Кара-Мурзы: «утрата слоев культуры идет нелинейно, и каждое новое поколение молодежи (интервал 12 лет) может предстать перед нами как совершенно иной культурный тип. Строго говоря, как иной народ — с другой логикой, другими ценностями и с качественно иным потенциалом ненависти и разрушительности...»[2]. Что же касается грядущих «изменений культуры сознания и поведения за смену трех поколений» [2], впрочем, это заметно уже сейчас: «это помутненное сознание с поэтапной утратой навыков рациональных умозаключений и резким затруднением диалога; архаизация понятийного аппарата и трудности с использованием меры; деградация культурного багажа» [2].

Список литературы:

- 1 *Абанкина И. В., Савицкая Е. В.* Бюджетное финансирование образовательных учреждений: структура и источники денежных средств // Вопросы статистики, 2006, №7;
- 2 *Кара-Мурза С. Г.* Об украине как репетиции / [Электронный ресурс]: Центр проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования, 2014, http://problemanalysis.ru/about/news/news_1010.html;
- 3 *Рукшин С. Е.* Дошли до точки невозврата / [Электронный ресурс]: издательский дом "С.-Петербургские ведомости" 23.11.2012 http://www.spbvedomosti.ru/guest.htm?id=10293947%40SV_Guest;
- 4 *Сергеев А. Л.* Реформа образования в России: проблемы и перспективы / [Электронный ресурс]: 07.03.2013 <http://lawfront.su/reforma-obrazovania-v-rossii-problemy-i-perspektivy/>;

- 5 *Тинякова Е. А.* Наиболее волнующие проблемы современного российского образования // Журнал "NB: Проблемы общества и политики", № 3 за 2013 год;
- 6 <http://www.akvobr.ru>
- 7 <http://e-notabene.ru>
- 8 <http://www.rosbalt.ru>
- 9 <http://www.spbobrazovanie.ru>
- 10 <http://кара-мурза.рф>

Верещагина Л.С., д.э.н., профессор, Илларионов Ю.В.
Саратовский социально-экономический институт (филиал)
РЭУ им. Г.В. Плеханова

АНАЛИЗ РИСКА СНИЖЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены методы и подходы оценки риска неплатежеспособности и вероятности банкротства, этапы оценки риска неплатежеспособности промышленного предприятия, представлены результаты применения разработанной методики на реально функционирующих промышленных предприятиях страны.

Полагаем, что интегральные показатели не могут служить единой мерой оценки финансового состояния предприятия, в тоже время отслеживание этих показателей позволит сделать чёткий вывод о платежеспособности хозяйствующего субъекта, качестве управления и своевременности принятых антикризисных мер.

Поэтому процедура оценки риска неисполнения условий кредитного договора и вероятности банкротства, по мнению авторов, должна интегрировать существующие подходы и включать расчет комплекса показателей оценки финансового состояния предприятия, показателей, используемых для оценки вероятности банкротства, а также показатели модели Альтмана, модели Чессера. Алгоритм оценки состоит из следующих этапов:

Шаг 1. Расчет показателей ликвидности – абсолютной ликвидности, срочной ликвидности, текущей ликвидности, позволяющих определить, имеются ли у предприятия ресурсы, способные удовлетворить требования кредиторов в критической ситуации.

Шаг 2. Расчет коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами. Собственные оборотные средства – это разница между собственными средствами предприятия и внеоборотными активами, показывающая, какая часть собственных средств предприятия находится в обороте. Данный коэффициент отражает часть текущих активов, формирующуюся за счет собственных оборотных средств.

Шаг 3. Расчет коэффициентов восстановления платежеспособности и утраты платежеспособности.

Шаг 4. Расчет показателей рентабельности активов и рентабельности собственного капитала. Последний особенно важен для стратегических инвесторов (которые инвестируют средства в предприятие на срок более 1 года), поскольку он позволяет определить, эффективно ли используется инвестированный капитал.

Шаг 5. Расчет коэффициентов оборачиваемости активов. Показатель характеризует эффективность использования всех имеющихся ресурсов независимо от источников их привлечения. Шаг 6. Оценка вероятности банкротства по модели Альтмана.

Шаг 6. Расчет переменных модели Чессера [1] Далее в статье представлен расчет коэффициентов по действующим промышленным предприятиям А, В и С (табл. 1).

Таблица 1

Расчет показателей установления неудовлетворительной
или удовлетворительной структуры баланса
промышленных предприятий [2]

Наименование предприятия	Годы							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Коэффициент абсолютной ликвидности								
А	0,640	0,326	1,705	0,774	0,491	0,304	0,406	0,435
В	0,396	0,325	1,087	0,655	0,355	0,349	0,329	0,301
С				0,616	0,700	0,911	0,835	0,961
Коэффициент срочной ликвидности								
А	0,983	0,515	2,322	1,163	0,700	0,443	0,691	0,752
В	0,449	0,939	2,602	1,694	0,911	0,842	0,787	0,811
С				1,002	1,136	1,308	1,237	1,376
Коэффициент текущей ликвидности								
А	1,71	1,66	0,77	2,62	1,41	1,17	1,43	1,10
В	1,06	1,26	1,34	2,38	2,19	1,39	1,49	1,35
С					1,68	1,52	4,36	4,60
Коэффициент обеспеченности собственными средствами								
А	-0,23	-0,35	-0,88	-0,53	-1,59	-1,34	-0,67	-0,54
В	-0,15	0,00	0,00	0,11	0,12	0,11	0,17	0,25
С					-1,04	-0,67	-0,39	-0,28
Коэффициент восстановления платежеспособности								
А		0,82	0,16	1,77	0,40	0,52	0,78	0,49
В		0,68	0,69	1,45	1,05	0,49	0,77	0,69
С						0,72	2,89	2,25
Коэффициент утраты платежеспособности								
А		0,51	0,00	1,09	0,03	0,28	0,42	0,37
В		0,43	0,35	0,82	0,47	0,18	0,42	0,39
С						0,45	1,72	1,54
Рентабельность активов								
А	-0,05	-0,04	-0,01	0,03	-0,03	-0,01	0,00	

								0,02
В	0,04	0,05	0,02	0,05	0,01	0,01	0,02	0,01
С					0,03	0,07	0,05	0,06
Рентабельность собственного капитала								
А	-0,60	-3,57	-2,40	0,94	-3,35	-	0,03	0,02
В	0,07	0,12	0,04	0,09	0,02	0,03	0,03	0,03
С					0,46	0,52	0,30	0,25
Оборачиваемость активов								
А	1,01	1,17	1,13	0,93	1,14	0,90	0,88	0,75
В	1,62	2,36	1,92	1,61	2,06	2,11	2,27	2,14
С					1,09	1,24	1,28	1,24
Z – счет Альтмана								
А	1,36	1,55	1,42	1,23	1,06	0,82	1,15	1,82
В	0,97	0,96	0,94	1,25	2,52	2,61	2,70	2,46
С					1,13	1,93	2,13	2,85
Модель Чессера (вероятность)								
А						0,515	0,507	0,251
В						0,040	0,041	0,043
С						0,356	0,135	0,067

В заключение можно отметить, что, не смотря на наличие некоторых неудовлетворительных признаков в финансовом состоянии предприятий, диагностирующих наличие предкризисной стадии, у них существуют реальные возможности восстановления платежеспособности, вероятность банкротства низкая, они могут использовать долгосрочные инвестиции для модернизации, обновления, расширения своего производственного потенциала.

Список литературы:

- 1 *Верещагина Л.С., Выгодчикова И.Ю.* Применение модели Чессера в анализе кредитоспособности предприятий // Известия Саратовского университета. Новая Серия. Серия Экономика. Управление. Право. 2012. Выпуск 4. – 0,5(0,25) п.л.
- 2 *Верещагина Л.С.* Состояние реализационной деятельности российских промышленных предприятий [Текст] / Л.С. Верещагина // Вестник СГЭУ. 2009. №7(57) – 0,5 п.л.

Волков А.М.

филиал ФГБОУ ВПО ТюмГУ в г. Шадринске

ПРОБЛЕМА МУСОРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Потребляющая хищническая цивилизация потребляет всё быстрее, и, как следствие, растёт количество мусора. Вокруг городов растут поля полигонов ТБО.

На практике пока ещё очень мало мусора утилизируется отдельно, соответственно, лишь малая его часть попадает на вторичную переработку³⁸. В статье анализируется проблема загрязнённости окружающей среды современного человека и предлагаются некоторые рациональные направления её решения.

Было бы неправильно сказать, что проблема мусора в настоящее время неактуальна, ведь как бытовая, так и производственная деятельность человека связана с образованием мусора. И если с газообразными и жидкими отходами не так сложно, то с твердыми – возникают значительные сложности, ведь процесс их разложения природной средой занимает десятки, а то и сотни лет. Это становится огромной проблемой для всего человечества. Во-первых, твердый мусор занимает немалые площади, так как основным методом его утилизации является складирование.

Например, в Великобритании на свалки выбрасываются значительно больше отходов, чем в любой другой стране Евросоюза. Каждый год там складировается порядка 320 млн. тонн мусора, а длина свалок составляет около 110 кв. миль³⁹.

Во-вторых, складирование мусора очень негативно влияет на мировую экологию. Так как в отходах содержится много вредных веществ, которые при разложении выделяют фильтрат и неприятные запахи. В процессе высыхания продукты, которые разлагаются лишь частично, выделяют пыль, перенасыщенную различными микроорганизмами и загрязнениями. В конце концов, грунтовые воды, почва, воздух сильно загрязняются⁴⁰. Кроме того, в отходах содержатся различные бактерии, которые с пылью выносятся за пределы свалки и откладываются в почве и воде. Вещества и микроорганизмы, содержащиеся в отходах, могут стать возбудителями таких болезней, как туберкулез, гепатит, дизентерия. Что вредит человеку напрямую и подвергает его жизнь опасности⁴¹.

Но данная проблема есть везде, и нельзя думать, что это нас, россиян, не касается. Каждый год в России складировается порядка 27 млн. тонн мусора, среди которых немалую часть составляют производственные отходы⁴². Именно такой мусор способен принести наибольший вред, как экологии, так и человеку, а особенно, если он не будет складироваться на специальных свалках, а будет сбрасываться в водоёмы или закапываться в землю силами предприятия.

Для нормализации экологической обстановки не только в нашей стране, но и во всем мире, необходимо, чтобы правильно заработала утилизация. Однако в России проблема вывоза и уничтожения мусора становится все серьезнее. Чаще всего мусор просто вывозится на городские свалки, где его либо сжигают, либо оставляют гнить. Оба этих метода утилизации являются вредными для окружающей среды⁴³.

Во время захоронения мусора производится загрязнение не только больших участков земли, но и грунтовых вод и водоемов, которые находятся вблизи таких свалок. Во время сжигания отходов в воздух попадают вредные вещества, которые ухудшают его качество, так что оба процесса утилизации отходов являются устаревшими, хотя

³⁸ Творения из мусора [Электронный ресурс] – URL: <http://ecofriendly.ru/book/export/html/196> (дата обращения: 26.05.2014)

³⁹ Скажи нет мусору в России \ Экологическая обстановка в мире: проблема мусора [Электронный ресурс] – URL: http://www.net-musoru.ru/stat_ecolog.htm (дата обращения: 03.06.2014)

⁴⁰ Творения из мусора [Электронный ресурс] – URL: <http://ecofriendly.ru/book/export/html/196> (дата обращения: 26.05.2014)

⁴¹ *Торшин А.С* Мусор – это не только проблема, но и доход [Электронный ресурс] – URL: <http://rus.ruvr.ru/2011/06/21/52206372/> (дата обращения: 28.05.2014)

⁴² Скажи нет мусору в России \ Экологическая обстановка в мире: проблема мусора [Электронный ресурс] – URL: http://www.net-musoru.ru/stat_ecolog.htm (дата обращения: 03.06.2014)

⁴³ Утилизация мусора \ Глобальные проблемы человечества [Электронный ресурс] – URL: http://www.globaltrouble.ru/syr_evaya_problema/utilizatsiya_musora.html (Дата обращения: 02.06.2014)

было бы разумно использование процесса переработки этих отходов. Такой способ утилизации, не только избавляет нас от отходов производства или бытового мусора, но и позволяет экономить и без того ограниченные ресурсы нашей планеты. На самом деле практически все бытовые отходы – это прекрасное сырье для некоторых видов производства, которые уже давно используются во многих европейских странах. Самое важное, что это сырье является относительно дешевым⁴⁴.

Возьмем для примера пластик. Вторичное сырье будет стоить минимум в 2 раза дешевле, а применять его можно во всех сферах, кроме упаковки продуктов питания или медицинских препаратов⁴⁵.

На мой взгляд, для решения экологической проблемы необходимо:

1. Научить людей отдельному сбору мусора, начиная с детского сада (например, в школах классные часы посвятить обучению, для населения устроить лекции, которые обязательно должны сопровождаться практическим показом), т.е. вести просветительскую работу. Это должно быть решение не одного населенного пункта или школы, это должна быть программа на несколько лет (5 – 7 лет) и на уровне всей страны. А тем, кто не желает по собственной воле следить за порядком в своей стране, выписывать штрафы, установленные законодательством.

2. Построить необходимое количество перерабатывающих заводов для утилизации сырья.

3. Основательно подготовить научно – исследовательскую базу для выявления новых способов очистки и применения вторсырья.

Что нам это даст? Во – первых, отдельный сбор мусора даст возможность не сжигать и не хоронить его, а перерабатывать, т.е. мусор будет представлять собой сырье для какого – то производства, например, для производства строительных материалов, что позволит уменьшить количество используемого, так называемого первичного сырья. Это, в свою очередь, благоприятно скажется на общем состоянии нашей планеты и на состоянии нашего общества.

**Волченкова И.И. , к.с.-х.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Великолукская ГСХА»**

ПОМОЩЬ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМ АПК В ОБЕСПЕЧЕНИИ ДОСТУПА К ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Отмечена актуальность информационно-консультационной деятельности в агропромышленном комплексе страны. Раскрыты подходы в организации работы «Электронного макроспециалиста».

Развитие конкурентоспособного агропромышленного производства, социальное обновление села объективно предполагают сложную организационно-экономическую систему управления этими процессами. Информационно-консультационная служба (ИКС) АПК является проводником аграрной политики региона и рассматривается как один из приоритетных механизмов внедрения научных разработок, новых технологий, передового опыта в практику сельхозтоваропроизводителей, доведения рыночной информации до потребителей.

Анализ показывает, что в развитых странах длительное время действуют системы освоения результатов НИОКР в сельскохозяйственное производство, в основном, через сельские консультационные службы, которые являются связующим звеном между наукой и производством. Таким образом, существующие в РФ информационно-

⁴⁴ Торшин А.С. Мусор – это не только проблема, но и доход [Электронный ресурс] – URL: <http://rus.ruvg.ru/2011/06/21/52206372/> (дата обращения: 28.05.2014)

⁴⁵ Утилизация мусора [Электронный ресурс] – URL: <http://www.greenpeace.org/russia/ru> (дата обращения: 01.06.2014)

консультационные центры можно рассматривать как необходимые элементы доведения, в первую очередь, информации по приоритетным и инновационным направлениям развития отрасли.

На сегодняшний день в системе информационно-консультационного обеспечения сельского хозяйства в той или иной степени задействованы 209 научно-исследовательских института Россельхозакадемии, 59 ВУЗов, аграрной направленности, 47 ИТК Минсельхоза РФ, 64 региональных ИКС, более 700 предприятий технического сервиса, регионального машиностроения и других бизнес-структур.

Следует отметить, что современное состояние востребованности сельскохозяйственными товаропроизводителями всех форм собственности в информационно-консультационной помощи и освоении инноваций примерно в следующем соотношении: эффективно работающие предприятия – 2-5%; предприятия, работающие устойчиво, но нуждающиеся в поддержке – 25-35%; предприятия, работающие неэффективно, требующие внешнего воздействия – 60-70%.

Для информационного обеспечения системы поддержки сельского предпринимательства на государственном уровне намечен ряд мероприятий. Помощью товаропроизводителям АПК в обеспечении доступа к глобальной информации может стать «Электронный макроспециалист». Суть консультационной сети «Электронный макроспециалист» заключается в ее базировании на основе использования информационных технологий в режиме реального времени. Региональная ИКС создает расписание консультирования товаропроизводителей учеными, специализирующимися на исследованиях в различных областях сельскохозяйственной деятельности, отраслевыми специалистами, профессионалами в обеспечении агробизнеса через сетевой ресурс. Товаропроизводители могут получать консультации как самостоятельно, так и с помощью работников районных ИКС, которые выступают не только как диспетчеры, но и как специалисты, имеющие способность грамотно формулировать вопрос и находить оперативный источник его удовлетворения. «Электронный макроспециалист» – это целостная система, базирующаяся на фундаментальных подходах в использовании сетевых ресурсов.

Создаваемая в России информационно-консультационная служба призвана содействовать распространению таких систем, обеспечивать грамотное ведение учета на собственной компьютерной базе одновременно для многих хозяйств (особенно мелких). Специалисты ИКС потенциально могли бы не только выступать в качестве наиболее грамотных пользователей таких систем и оказывать помощь обычным пользователям (своим клиентам), но и, обобщая богатый накапливаемый в службе опыт, содействовать разработке и совершенствованию программных комплексов, подобных системе оптимизации рационов кормления животных. В настоящее время взаимодействие большинства пользователей баз данных и экспертных систем практически невозможно без посредничества специалистов ИКЦ.

Все подходы в организации работы «Электронного макроспециалиста» могут быть еще более эффективными в том случае, когда их применение подразумевает работу в локальных или глобальных сетях. Например, обновление баз данных и баз знаний может производиться автоматически и не требовать усилий рядовых пользователей, если их компьютеры подключены через сеть к компьютерам ИКС. Однако и на автономно работающем компьютере могут быть получены практически те же результаты, если необходимые данные будут переданы на простой дискете. Последний из рассматриваемых типов информационных технологий (сетевые системы) уже в самом названии предполагает обязательное взаимодействие с другими людьми через компьютерную сеть. В простейшем случае это может быть локальная сеть, работающая в пределах организации (например, управленческая информационная система агрофирмы). Однако в

большинстве случаев термин «сетевые системы» используется тогда, когда речь идет о работе в глобальных сетях типа Internet.

В нашей стране развитие информационной инфраструктуры – область достаточно новая и очень быстро развивающаяся. Ведется широкомасштабное оснащение вычислительной техникой самых разных предприятий и организаций. Внедряются разнообразные технические средства, в том числе персональные и мультипроцессорные компьютеры, отличающиеся высокой скоростью работы, возможностью использования их в качестве диспетчеров систем обработки информации. Создаются условия для свободного доступа потребителей к информации хранимой в системах, благодаря организации специализированных рабочих мест локальных вычислительных систем и многоуровневых разветвленных вычислительных сетей. Таким образом, «материальную» основу инфраструктуры создают аппаратные, программные и телекоммуникационные средства, а также специально прокладываемые в последние годы новые волоконно-оптические линии связи. Кроме новейших наземных, все более актуальным становится использование в информационных технологиях спутниковых сетевых систем. В результате дальнейшего развития инфраструктуры должны быть созданы реальные условия для функционирования на предприятиях, в банках, финансовых, коммерческих организациях автоматизированных офисов, имеющих выход в глобальные сети. К числу таких организаций относятся и центры ИКС регионального и районного уровня.

Очевидно, большинство клиентов ИКС в ближайшем будущем еще не будут иметь подобных возможностей и соответственно смогут воспользоваться услугами Internet только через ИКЦ. Таким образом, сотрудники ИКС обязаны будут оказывать помощь сельским товаропроизводителям в обеспечении доступа к глобальной информации.

В большинстве стран, где успешно развивается сельскохозяйственное производство, формированием заказов на научно-технические разработки занимается подразделение службы агроконсультирования. Использование западного опыта планирования НИОКР обеспечит кардинальные положительные изменения в системе научного обеспечения АПК, а формирование планов научно-технических работ «снизу» в значительной степени поможет решить проблему освоения инноваций. К определению потребностей, планированию научных разработок и внедрению их в производство необходимо привлекать районные и региональные ИКС, головные и региональные отраслевые центры.

**Волченкова И.И. , к.с.-х.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Великолукская ГСХА»**

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АПК

Анализируется проблема инновационного развития агропромышленного комплекса России. Сделан вывод, что инновационное развитие АПК является важнейшей составляющей эффективности сельскохозяйственного производства. Отмечены негативные и позитивные факторы, влияющие на функционирование инновационной деятельности АПК России.

Сельское хозяйство производит свыше 12% валового общественного продукта и более 15% национального дохода России, сосредоточивает 15,7% производственных основных фондов. Достижения науки и техники позволяют резко повысить эффективность сельскохозяйственного производства, расширить ареалы производства. Поэтому основное направление дальнейшего развития АПК – его всемерная интенсификация. Однако многие вопросы, связанные с совершенствованием методов и механизмов инновационного развития АПК, остаются до настоящего времени недостаточно исследованными.

Задача государственной инновационной политики и деятельности в АПК состоит в использовании научных знаний и разработок, воплощенных в новый или усовершенствованный продукт, технологический процесс, в новые формы организации производства и управления, используемые в практической деятельности и приносящие различные виды эффекта. Государственная инновационная политика формируется на основе определения стратегии развития АПК страны и ее отдельных регионов, анализа текущего состояния инновационной деятельности, прогнозов развития научно-производственного потенциала, развития инновационной инфраструктуры, государственной поддержки инновационной деятельности.

Основные средства достижения поставленных целей перед региональным АПК – активизация инновационной деятельности, совершенствование организационно-экономического механизма ее регулирования, повышение уровня и качества жизни на селе.

Важным и действенным направлением инновационной политики является принятие федеральных и региональных нормативно-правовых актов, регулирующих инновационную деятельность в АПК. В настоящее время на федеральном уровне принят ряд нормативно-правовых актов (законы «О науке и научно-технической политике», «О техническом регулировании», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и др.), нацеленных на решение отдельных задач в инновационной сфере.

На современном этапе первоочередным приоритетом должна стать государственная поддержка фундаментальных исследований и важнейших прикладных разработок, ориентированных на быструю отдачу. В перспективе следует усилить исследования по земледелию, экологическому испытанию видового и сортового разнообразия, земельным отношениям, экономике и управлению агропромышленного производства. Инновационные процессы в АПК имеют свою специфику. Они отличаются многообразием региональных, отраслевых, функциональных, технологических и организационных особенностей. В сфере сельского хозяйства выделяются четыре основных направления инноваций: селекционно-генетические; производственно-технологические; организационно-управленческие; экономико-социологические.

К числу важнейших задач инновационного развития АПК относится формирование инновационной инфраструктуры, предусматривающей формирование организаций по продвижению научно-технической продукции на рынке инноваций; информационно-консультативное обеспечение инновационной деятельности; экспертиза научных и инновационных программ, проектов, предложений и заявок; развитие опытной базы; создание структур для финансирования научно-технической и инновационной деятельности.

Структура экономического механизма инновационной деятельности в АПК показана на рисунке 1.

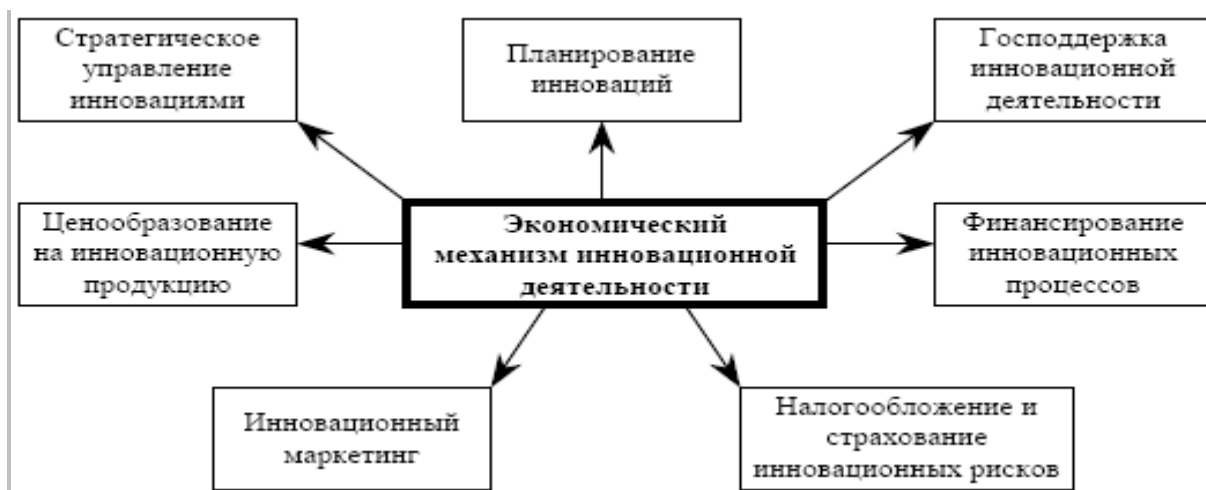


Рис. 1. Структура экономического механизма инновационной деятельности в АПК

Слабым звеном в формировании эффективного инновационного развития АПК является изучение спроса на инновации. Многие исследователи отмечают, что в современных условиях инновационного развития АПК существенно возрастает роль информационно-консультативной службы, деятельность которой требует совершенствования, нужны кадры. Следует учесть, что существенным фактором, сдерживающим инновационную деятельность в сельском хозяйстве, является и то, что использование нововведений носит сезонный характер, требует квалифицированных кадров. Кроме того, рынок сбыта продукции и получение прибыли в большинстве случаев тоже носят сезонный характер. Эти особенности могут являться препятствием для самофинансирования инновационной деятельности агропредприятий, особенно для тех, которые инвестируют свои средства в дорогостоящие проекты и новейшие технологии, приобретаемые по импорту.

Можно сделать вывод о том, что сдерживающих факторов инновационного развития АПК России не так уж мало, это: 1) слабое управление НТП, отсутствие тесного взаимодействия государства и частного бизнеса; 2) резкое снижение затрат на аграрную науку; 3) неподготовленность кадров; 4) низкая маркетинговая работа; 5) низкий уровень платежеспособного спроса на инновационную продукцию; 6) резкое снижение финансирования мероприятий по освоению научно-технических достижений в производстве и соответствующих инновационных программ; 7) до настоящего времени не разработаны механизмы, стимулирующие развитие инновационного процесса в АПК и др.

Анализ условий и факторов, влияющих на инновационное развитие АПК, позволил подразделить их на негативные и позитивные. Следует отметить, что сложность и особенности сельскохозяйственного производства характеризуются высоким уровнем рисков инновационных процессов в аграрном секторе. Риск финансирования научно-производственных результатов, риск временного разрыва между затратами и результатами, неопределенность спроса на инновационную продукцию не заинтересовывают частных инвесторов вкладывать капитал в развитие сельского хозяйства.

При всем своем масштабном потенциале современное российское сельское хозяйство сможет эффективно развиваться только при активном обновлении. Аграрная наука России разработала в последнее время достаточно большое число инноваций, однако степень реализации инноваций у товаропроизводителей была и остается недопустимо низкой. Путь достижения конкурентоспособности и ускоренного развития АПК лежит через развитие инновационной деятельности, ориентированной на рынок и потребителя и исследователи единодушны в одном, – инновационное развитие АПК невозможно

реализовать, не имея для этого надлежащих условий: соответствующей инфраструктуры инновационной деятельности или совокупность материальных, технических, законодательных и иных средств, обеспечивающих информационное, экспертное, маркетинговое, финансовое, кадровое и другое обслуживание инновационной деятельности.

Волчо Е. В., к.и.н., доцент

ФВОУ ВПО «Новосибирская государственная академия водного транспорта»

**СИСТЕМА СОЦИАЛЬНЫХ ЛИФТОВ:
КАМПАНИИ ВЫДВИЖЕНЧЕСТВА И ПРОДВИЖЕНЧЕСТВА
1920-1930-х гг.**

Рассматривается участие жительниц городов Западной Сибири в кампаниях выдвиженчества и продвиженчества 1920-1930-х гг., направленных на формирование новой бюрократии.

На рубеже 1920-30-х гг. в СССР проводилась широкая кампания по замене кадров руководящих работников на новую бюрократическую элиту, идеологизованную и полностью подконтрольную руководству партии. В частности, укрепляющаяся тоталитарная система стремилась избавиться от старой партийной элиты, сохранившей ориентацию на дискуссию, самостоятельность в принятии решений. В рамках этой кампании заметное место занимали мероприятия выдвиженчества – широко организованного перевода активных работников на руководящую работу в государственные, хозяйственные, профсоюзные, кооперативные и другие органы. Как составная часть данной кампании, существовало и продвижение – направление ранее уже работающих сотрудников на должности с более высокой квалификацией, чем они занимали ранее.

Масштабность выдвиженчества, помимо объективно шедшего процесса мобильности снизу вверх, определялась двумя существенными факторами – политической кампанией по борьбе с «вредительством» и генеральной «чисткой» госаппарата на рубеже конца 1920-30-х гг. Благодаря выдвиженчеству предполагалось в кратчайшие сроки произвести замену, как части номенклатуры, так и оперативно-технического персонала.

Одним из приоритетных направлений данной кампании рассматривалось увеличение количества женщин в управленческом аппарате. Так как работающие женщины слабо участвовали в общественной деятельности, Краевой Совет профсоюзов Западной Сибири, организовав в 1926 г. кампанию выдвижения, отмечал, что в первую очередь она будет направлена на «...вовлечение в выдвижение наиболее активных жен рабочих. Основным содержанием работы с выдвиженкой должны стать вопросы, связанные с работой ее мужа, улучшением ее быта, ее участия в общественной жизни» [1. Л. 125]. В кооперации женщины – выдвиженки занимались проверкой калькуляций, правильности отпуска и качества товаров по магазинам. Участие выдвиженок в деятельности Советов чаще всего ограничивалось посещением пленарных заседаний, работой в делегатских собраниях, различных комиссиях по работе среди женщин, в работе культотделов. Наиболее активно женщин выдвигали на выборные должности в профессиональных союзах. Чаще всего они занимались сбором членских взносов, участвовали в собраниях в качестве цехделегатов и профуполномоченных, работали в комиссиях по охране труда, улучшению быта и защите материнства и детства.

В то же время, материалы обследований деятельности профсоюзов, проведенных Сибирским Краевым Советом профессиональных союзов в 1927-1929 гг., свидетельствовали о невыполнении планов женработы, отсутствии внимания к ней со стороны хозяйственных органов, выражавшемся в недостатке выделяемых средств и «отсутствии контроля деятельности по выдвижению». В 1929 г. на совещании выдвиженок с проф-

активом женщины говорили о нежелании утвердить им ставку наравне с мужчинами, об отсутствии руководства их работой, о плохом отношении к активисткам [2. Л. 27об., 30, 70, 71].

Успешнее выдвиженки работали в тех профсоюзах, где квалификация работников была равной вне зависимости от пола (Союз работников просвещения, печатников, связистов), а также в тех, где женщины, несмотря на низкую квалификацию, составляли большинство членов профсоюза (Союз медработников, работников искусства). В этих организациях среди выдвиженок обычно были опытные работницы. Они активно участвовали в производственных совещаниях, поднимая вопросы повышения квалификации работниц, добивались повышения заработной платы работницам и их перевода на сдельную оплату, организацией детских садов, яслей, столовых и т.д. [3. Л. 65, 79].

Учитывая низкий образовательный уровень активисток, необходимо было организовывать для них вечерние курсы повышения квалификации, работу кружков практических знаний, созыв совещаний для оказания им необходимого содействия и помощи [1. Л. 125]. Но чаще всего из-за недостатка средств, помещений, квалифицированных инструкторов торжествовал принцип обучения на практике. Отсутствие необходимой предварительной подготовки, чрезмерная занятость мешали вчерашним домохозяйкам освоить навыки управления. Нередкими были случаи, когда выдвиженцев, не справившихся со своими новыми обязанностями, приходилось смещать, направляя на второстепенные должности. Такое явление называлось «задвигением» кадров. В известном советском фильме «Член правительства» [4] малограмотную беднячку Александру Соколову выдвигают председателем колхоза. Аргументы «за»: не пьет, хозяйство знает, характер твердый. Звучит предупреждение не жаловаться на трудности: «Тебя поставили как женщину, будешь плакаться как баба – задвинут».

Немаловажное значение в осуществлении кадровой политики в отношении квалифицированных работников имело улучшение их материального положения. Длительное время это обстоятельство недостаточно учитывалось, что создавало дополнительные трудности в закреплении кадров выдвиженцев. Частыми были случаи, когда рабочие-выдвиженцы отказывались от перехода в аппарат по причине меньшей оплаты. Учитывая это, высшие органы государственной власти и управления приняли меры по улучшению материального положения управленческого персонала. ВЦИК и СНК РСФСР 30 сентября 1929 г. приняли постановление, по которому оплата труда выдвиженцев не должна была быть ниже, чем на производстве до выдвижения [5]. В последующие годы были увеличены должностные оклады всем служащим административно-советского аппарата [6. С. 85]. В целом эта мера сказалась на закреплении кадров управленцев, а вкуче с действующей системой разнообразных льгот способствовала консолидации слоя бюрократии, формированию корпоративных стандартов.

Острый дефицит руководящих кадров привел в 1929 г. к практике установления контрольных цифр по выдвижению. Ход выполнения этих заданий контролировался партийными комитетами [7. С. 60-61]. Новый метод, с одной стороны, позволял заблаговременно создать резерв на выдвижение, с другой – способствовал проведению предварительного отбора кандидатов, по своим политическим и моральным качествам устраивавших администрацию.

Необходимо отметить, что система административно-волевого руководства не ориентировала выдвиженцев на проявление инициативы и самостоятельности. Низкий профессионализм, недостаточное умение анализировать обстановку формировали при-

вычку действовать строго по циркуляру. Не случайно, что основная масса выдвиженцев формировалась как исполняющая директивы и предписания сверху.

В отличие от кампании выдвиженчества, мероприятия продвижения оказались более эффективными. Это было связано с тем, что продвижение было ориентировано на повышение по должностной лестнице уже получившего определенную квалификацию работника, доказавшего свою профессиональную состоятельность. Занятие работницей новой должности часто позитивно воспринималось администрацией предприятия и его коллективом. В результате, продвиженки, как правило, намного лучше справлялись с новыми обязанностями и чаще закреплялись в новой должности, чем выдвиженки. Среди выдвиженцев Сибкрая продвиженцы составляли около 20% [8. С. 32].

Благодаря усилиям партийных, советских, профсоюзных организаций выдвиженчество превратилось в массовую систему формирования кадров. По неполным данным, к середине 1930 г. в госаппарат СССР влилось около 100000 представителей рабочих и крестьян [9]. Эти кадры, приобретая навыки управленческой работы, становились активными проводниками политики партии. Предпринятые усилия привели к значительным сдвигам в составе аппарата управления – от государственного до производственного. По завершению «генеральной чистки» 1929-1931 гг. в госаппарате Сибири работало уже более 16000 выдвиженцев, или 6% от их общесоюзной численности [8. С. 32-33]. В составе советских ответработников и специалистов-хозяйственников Сибири в конце первой пятилетки каждый третий ранее был выдвиженцем.

Специалисты-выдвиженцы по своим социокультурным ориентациям имели черты маргинальной группы. Выходцы преимущественно из рабочей среды были более активны и политизированы по сравнению со «старыми» спецами и нередко сознательно стремились дистанцироваться от последних поведением и позициями, подчеркивая свое пролетарское происхождение.

Начало 1930-х гг. знаменовало собой рубеж в кадровой политике партии. Вопрос о ее изменении был поставлен на XVI съезде ВКП(б). В принятой съездом резолюции еще ставилась задача укрепления аппарата путем выдвижения с фабрик и заводов [10. Т. 5. С. 141.], но уже осенью 1930 г. «в связи с растущим дефицитом квалифицированной рабочей силы» ЦК ВКП(б) принял решение о приостановке на два года, а позднее, и о полном прекращении выдвижения в госаппарат рабочих с производства, сохранив в силе выдвижение лишь по производственной линии и в профсоюзах [11. Вып. 8. С. 385-387].

К середине 1930-х гг. заявленный постулат о возможности рабочим непосредственно управлять государством фактически стал формальностью. Обладающая особыми правами и привилегиями партийно-бюрократическая номенклатура, формируя кастовый элитный слой профессиональных управленцев, препятствовала широкому обновлению своих рядов.

Список литературы:

- 1 ГАНО. Ф. Р-627, оп. 1, д. 139.
- 2 ГАНО. Ф. Р-627, оп. 1, д. 249.
- 3 ГАНО. Ф. Р-627, оп. 1, д. 140.
- 4 Член правительства. Ленфильм, 1939. Режиссеры А Зархи и И. Хейфиц. В ролях: В. Марецкая, В. Ванин, Н. Крючков и др.
- 5 Правда. – 1929. – 8 октября.
- 6 Андреев, В.П. Руководство Коммунистической партии городскими Советами РСФСР (1926-1937 гг.). – Томск: Изд. ТГУ, 1990. – 232 с.
- 7 Большевицкая мысль. – 1929. № 3.
- 8 Красильников, С.А. Социально-политическое развитие интеллигенции Сибири в 1917-сер. 1930-х гг. Автореф. дис. ... докт. ист. наук. – Новосибирск, 1995.
- 9 Правда. – 1930. – 17 мая.

10 КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. – М.: Политиздат, 1984.

11 Справочник партийного работника. – М., 1934.

Гаджимагомедов А.А.

ГАОУ «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ В ОБЛАСТИ НАЛОГОВ

Налоговые преступления давно вышли за пределы одного государства. В условиях финансовой глобализации и интернационализации преступности борьба с коррупцией невозможна без координирования усилий в противодействии легализации криминальных средств в международном масштабе. В данной статье речь пойдет о международных преступлениях в области налогов.

Экономическая ситуация в России в период перехода к рынку, потребовала создания принципиально новой эффективной налоговой системы. Современная налоговая система России была создана в начале 90-х годов и представлена коллекция налогов, сборов, пошлин и других платежей, взимаемые в установленном порядке у налогоплательщиков – юридических лиц и физических лиц на территории страны. Кроме того, существуют государственные внебюджетные фонды, доходная часть которых формируется за счет целевых отчислений. Наиболее важной тенденцией развития современной налоговой системы России является ее криминализация, растущие масштабы налоговой преступности.

Налоговое преступление – это общественно опасное социально-правовое явление, которое включает в себя совокупность преступлений, предметом которых являются охраняемые уголовным законом по поводу взимания налогов и других обязательных платежей, а также контролировать своевременность и полноту уплаты.

В последние годы наблюдается значительное распространение фактов уклонения от уплаты налогов, которые ранее имели единичный характер. По сравнению с другими видами экономических преступлений, число официально зарегистрированных преступных нарушений налогового законодательства может показаться достаточно низким.

Уголовное нарушение налогового законодательства, имеет высокую латентность.

По мнению налоговых органов, лишь 17 % всех хозяйствующих субъектов, действующих в мире, в полном объеме и своевременно рассчитывается с точки зрения налоговых обязательств, 50 % платят налоги время от времени, и 33 % налоги не платят вообще.

Масштабы налоговой преступности в мире сегодня представляют реальную угрозу для экономической безопасности государств. Это обусловлено не только количеством совершенных преступлений, как все более широким проникновением в сферу налогообложения с организованной преступности и коррупции, повышение влияния криминальных элементов на деятельность коммерческих банков, внешней экономики, финансовых учреждений и других субъектов, занимающих ключевые позиции в экономике страны, а также глобальным охватом совершенных преступлений.

Крупнейшие сокрытия доходов установлены по операциям с автомобилями (28% сборов), нефть и нефтепродукты (26%), цветные металлы (8%), потребительские товары (7%), лесные грузы, денежные средства и ценные бумаги (по 6%), спирт и алкогольная продукция (на 3%), электроэнергия (1,5%), сельскохозяйственная продукция (1%).

Большое распространение получили и налоговые преступления во внешнеэкономической деятельности.

Таким образом, можно выделить ряд причин развития международных преступлений в области налогов.

Недостаточное развитие международного сотрудничества в борьбе с налоговыми преступлениями и правонарушениями. Все чаще налоговые нарушения становятся все более связанными с внешнеэкономической деятельностью хозяйствующих субъектов.

Нет соглашений о сотрудничестве с фискальными устройствами из многих стран, и что мешает расследованию фактов уклонения от уплаты налогов, носящих международный характер.

Важным фактором, влияющим на рост преступности в сфере налогообложения, является криминальная ситуация в мире. Преступные группировки фактически подменяют налоговые органы, освобождаются от налогообложения значительные суммы, которые затем используются для теневой экономики и криминальной деятельности, для нужд членов преступных групп, увеличения масштабов и воспроизводства уголовной, экономической и налоговой преступности.

Ганеева Э.С.

*Саратовский социально-экономический институт
ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»*

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Вопросы формирования эффективной системы оплаты труда являются актуальными для каждого предприятия. Формы и системы оплаты труда работников создают на всех уровнях хозяйствования материальную основу развития человеческого капитала, рационального использования рабочей силы и эффективного управления производством.

Вознаграждение работников за труд играет весьма существенную роль в привлечении трудовых ресурсов на предприятии, в мотивировании, использовании и сохранении необходимых специалистов в организации.

Неэффективная система вознаграждения может вызвать у работников неудовлетворенность размером и способами определения и распределения доходов, что в конечном счете повлечет за собой снижение продуктивности труда и качества продукции.

Примером исследования было выбрано одно из металлургических предприятий Саратовской области. В настоящее время предприятие находится в кризисном состоянии, т.е. на стадии банкротства.

Одной из мер активизации деятельности предприятия является выбор наиболее эффективной системы оплаты труда на участке погрузочно-разгрузочных работ (УПРР). Основной категорией рабочих на УПРР являются стропальщики. В должностные обязанности стропальщика входит погрузка продукции, изготовленной на заводе и разгрузка продукции, пришедшей в адрес предприятия. Оплата труда данных вспомогательных рабочих в настоящее время производится по сдельно-премиальной системе.

На основании предоставленных данных, проведен сравнительный анализ средней заработной платы работников при повременной и сдельной системе оплаты труда за одинаковый временной период (календарный год). В результате чего, можно сделать вывод, что уровень оплаты труда при сдельной системе немного выше, чем при повременной (Рис. 1).

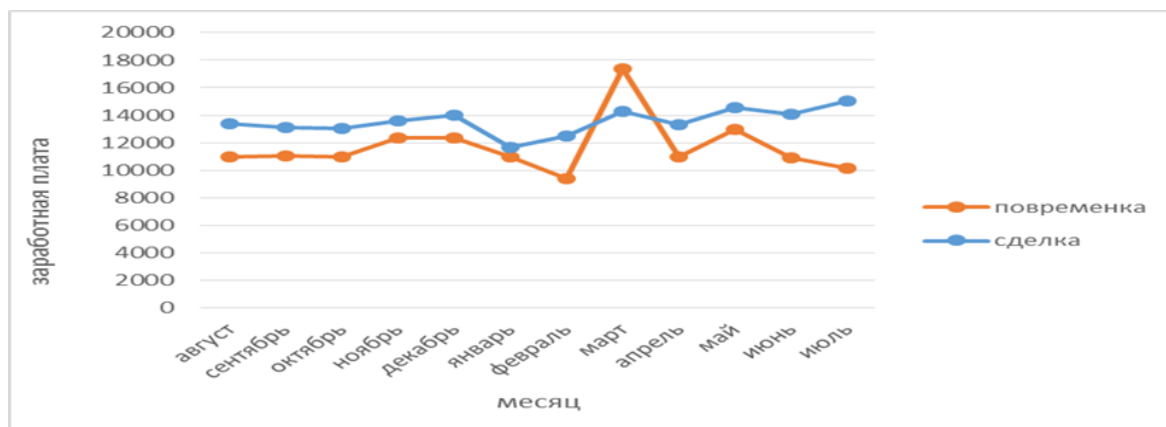


Рис.1. Соотношение средней заработной платы при сдельной и повременной системе оплаты труда

Для выбора наиболее оптимальной системы оплаты труда были проведены хронометражные наблюдения на участке погрузочно-разгрузочных работ.

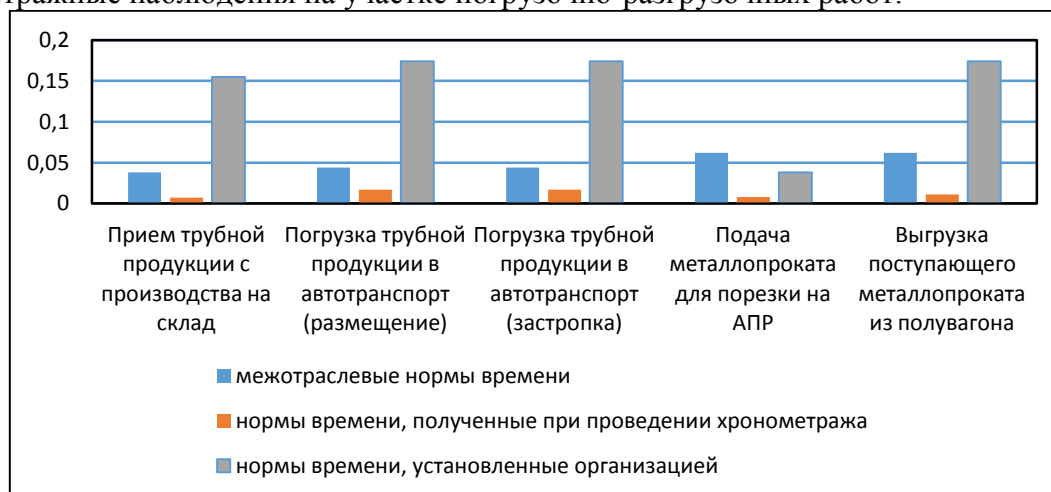


Рис.2. Сравнительный анализ норм времени

Анализ результатов хронометражных наблюдений свидетельствует о том, что нормы времени, установленные на заводе, значительно превышают межотраслевые нормы и нормы, полученные в ходе исследования.

В целях рационального использования фонда оплаты труда и сохранения кадрового потенциала необходимо разработать систему оплаты труда, учитывающая интересы как работодателя, так и работников.

В качестве мероприятия по совершенствованию системы оплаты труда на участке погрузочно-разгрузочных работ предлагается применение повременно-премиальной системы, которая будет состоять из минимального гарантированного оклада, премии от перевыполнения плана и премии по результатам работы.

Например, оклад работника может быть начислен в соответствии с повременной системой оплаты труда, а для определения суммы премии использована премиальная система. Имеется в виду, что часть премии будет устанавливаться в процентах, скажем, от показателей эффективности деятельности УППР, вторая часть премии – от перевыполнения плана.

Оплата труда части работ, выполненных сверх плана, рассчитывается путем умножения сдельной расценки соответствующих видов работ на тоннаж, выполненный сверх плана.

В условиях рыночных отношений выбор рациональных форм и систем оплаты труда имеет важнейшее социально-экономическое значение для каждого предприятия. Выбор предприятием той или иной системы оплаты труда зависит от многих факторов, но в любом случае выбранная система должна идти в русле стратегических целей организации, управленческой философии его руководителей, а также учитывать имеющиеся ресурсы и материальные интересы работников.

Гарина О.Г., кандидат философских наук, доцент
Саратовский социально-экономический институт (филиал)
ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

РИТМИЧЕСКАЯ ГИМНАСТИКА КАК ВИД ФИЗИКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Ритмическая гимнастика или аэробика является одним из видов оздоровительной гимнастики. Раскрывая ее основное содержание, необходимо сказать, что ритмическая гимнастика – это своеобразное сочетание общеразвивающих упражнений, бега, прыжков, элементов танца и других гимнастических упражнений, выполняемых под эмоциональную ритмичную музыку преимущественно поточным способом, т.е. без пауз и остановок.

Проведенные исследования выявили, что занятия ритмикой оказывают многостороннее воздействие на организм занимающихся. Она активно влияет на деятельность сердечно-сосудистой и дыхательной систем организма и приближается в этом качестве к таким физическим нагрузкам, как ходьба, бег, езда на велосипеде и т.д.

Здоровый образ жизни — это система привычек и поведения человека, направленная на обеспечение определенного уровня здоровья.

Существует целый ряд *определений*, которые, как правило, содержат пять критериев, определяющих здоровье человека:

- полное физическое, духовное, умственное и социальное благополучие;
- нормальное функционирование организма в системе «человек — окружающая среда»;
- умение приспосабливаться к постоянно меняющимся условиям существования в окружающей среде;
- отсутствие болезни;
- способность к полноценному выполнению основных социальных функций.

В Уставе Всемирной организации здравоохранения указано, что *здоровье* — это «состояние физического, духовного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов».

В обобщенном виде *здоровье* можно определить как умение человека приспосабливаться к окружающей среде и своим собственным возможностям, противостоять внешним и внутренним отрицательным факторам, болезням и повреждениям, сохранить себя, расширить свои возможности, увеличивать длительность полноценной жизнедеятельности, т. е. обеспечивать свое благополучие.

Глубокие социально-экономические преобразования, происходящие в современном обществе, предъявляют к здоровью людей, особенно молодежи, повышенные требования. Прежде всего это проявляется в необходимости преодоления таких негативных явлений как гиподинамия, курение, употребление алкоголя и наркотических веществ, влияние НТР, компьютеризация обучения, увеличение нервно-психологического напряжения и т.д.

Средства формирования здорового образа жизни чрезвычайно разнообразны. Но именно занятия физической культурой в комплексе с другими социальными факторами

оказывают непосредственное воздействие на здоровье человека и способствуют формированию здорового образа жизни.

Физическая культура, особенно ее новые, нетрадиционные формы, воспитывают устойчивый интерес и привычку к систематическим занятиям физическими упражнениями. К новым формам относится наиболее популярная у лиц разного возраста ритмическая гимнастика и ее многочисленные разновидности.

В сочетании с умело подобранным музыкальным сопровождением, словесным воздействием педагога занятие ритмической гимнастикой способствует укреплению здоровья, повышению физической и умственной работоспособности, нравственной воспитанности, развитию двигательных способностей.

Комплексное воздействие на нервно-мышечный аппарат и эмоциональную сферу делают ритмическую гимнастику привлекательной для устранения и профилактики отклонений в здоровье занимающихся. У них увеличивается двигательная активность, улучшается осанка, снижается избыточный вес, появляется хорошее настроение и жизнерадостность.

Однако ритмика используется не только в оздоровительных целях. При адекватной дозировке она позволяет развивать все основные физические качества, оказывает положительное влияние на повышение уровня работоспособности, устойчивости организма к утомлению. Продолжительность занятий определяется теми задачами, которые решаются в процессе занятий. В настоящее время известно, что если ритмическая гимнастика используется в качестве утренней гигиенической гимнастики, то ее продолжительность равна 6 – 20 минутам. Применение ее в качестве активного отдыха после работы ограничивается 10-20 минутами, а продолжительность занятий в специализированных группах может составлять 45-60 минут.

Занятия ритмической гимнастикой в специализированных группах, проводимых опытными инструкторами, ставят перед собой задачу развития и совершенствования функциональных возможностей организма, развития основных физических качеств. Основным содержанием в таких группах является выполнение специально разработанных программ.

Виды ритмической гимнастики

Исторически складывалось так, что различными видами пластической гимнастики занимались преимущественно женщины. В настоящее время ритмическая гимнастика является монополией женщин, но юноши и мужчины все активнее проникают в ряды занимающихся. И это предопределено многогранностью воздействия ритмической гимнастики на человека, кем бы он ни был по социальному положению и профессии.

По особенностям воздействия на организм человека ритмическая гимнастика подразделяется на оздоровительную, лечебную и прикладную. Но выделение лечебной ритмической гимнастики носит весьма условный характер, так как она сама по себе служит цели оздоровления.

Поскольку важнейшим компонентом ритмической гимнастики являются положительные эмоции, то по их силе, окраске, методам создания условий эмоционального фона она может иметь виды игровой, танцевальной, атлетической и психорегулирующей направленности.

Ритмическую гимнастику как вид двигательной деятельности можно подразделить и в возрастном аспекте: детская (в дошкольных учреждениях и начальных классах школы); подростковая и юношеская (молодежная); для людей зрелого возраста; для пожилых людей. Такое деление естественно, так же как и естественно стремление человека любого возраста к радости жизни, в любых формах ее проявления.

Ритмическая гимнастика в дошкольных учреждениях и с учениками младших классов должна носить игровую направленность. Образно говоря, воспитателю, учите-

лю надо «играть» в ритмическую гимнастику. В этой связи важно упомянуть имя известного специалиста Карла Орфа, создавшего целую систему детской гимнастики, центральным содержанием которой являются средства и методы развития физических качеств детей, музыкальных способностей. И что чрезвычайно важно, К. Орф построил свою систему на интеллектуальной основе занятий, что является безусловным фактором формирования осознанной потребности маленького человека в культурных движениях, в культурной физической нагрузке.

В зависимости от целей и задач учащиеся средних и старших классов могут заниматься ритмической гимнастикой танцевальной или атлетической направленности. Эти два направления занятий могут носить как оздоровительный, так и сценический и даже конкурентный характер. Естественно, что первая направленность является первичной, базовой.

В настоящее время приобрела популярность так называемая степ-ритмика как одна из специфических вариаций ритмической гимнастики. Ее отличительной особенностью является то, что движения общеразвивающего характера различными частями и звеньями тела выполняются на фоне ритмичных шагающих или прыгающих движений на возвышение, например, на гимнастическую скамейку, или напрыгиваний и спрыгиваний с возвышения. Понятно, что скамейка должна быть устойчивой, как и другое применяемое возвышение. Эта разновидность ритмической гимнастики позволяет довольно гибко регулировать нагрузку как за счет ускорения или замедления темпа движений, так и путем изменения высоты возвышения. Степ-ритмику можно применять в занятиях с людьми с хорошей подготовленностью. Очень хорошо зарекомендовала себя степ-ритмика как средство разминки в подготовительной части урока и в некоторых видах спорта, например в легкой атлетике, где наряду с общей выносливостью можно таким способом решать задачи силовой подготовки ног. Степ-ритмика может быть прекрасным средством для школьников-спортсменов при решении задач переходного периода тренировки, а, в общем, является прекрасной возможностью проявления творчества специалистов.

Одним из разновидностей степ-аэробики – слайд аэробика. Слайд-аэробика – это скользящие движения ногами, выполняемые в разных направлениях, из разных положений. Для занятий потребуется гладкая широкая доска, на которой выполняются разнообразные скользящие движения ногами, в основном схожие с движениями конькобежца. На начальном этапе достаточно заниматься 10--15 минут, но время занятия нужно увеличивать до 50--60 минут. С целью повышения нагрузки движениям ногами подключают всевозможные движения руками, используют различные отягощения. Регулярные занятия на слайде развивают аэробную и силовую выносливость, координацию движений, стимулируют функции жизненно важных органов и систем организма, состоянием которых во многом и определяется здоровье человека, укрепляют даже те мышцы, для которых бывает непросто подобрать упражнения.

В наше время стали актуальны занятия ритмической гимнастикой в форме разработанных программ на основе какого-либо вида спорта или красочных танцев, например, кик-аэробика – новинка в области фитнеса, комплекс упражнений, разработанный на основе приемов кик-боксинга. Так же разрабатываются программы на основе латиноамериканских танцев, элементов русского народного танца. Они являются простым и эффективным средством занятий под музыку, снятия психоэмоционального напряжения.

Ритмическая гимнастика женщин зрелого и среднего возраста носит преимущественно танцевальную направленность с упражнениями, способствующими развитию силы мышц ног, рук, туловища и направленную на устранение огрехов телосложения, из-

лишнего веса. Мужчинам этого возраста наиболее подходящие упражнения ритмоатлетической направленности с целью повышения функциональных возможностей организма (сила, быстрота, ловкость, выносливость).

Ритмическая гимнастика людей пожилого возраста преследует главную цель поддержания хорошего уровня функций и систем организма. Для этого используются как относительно активные движения, так и упражнения психорегулирующего характера. Главной мерой воздействия в этом случае является умеренный и даже медленный темп двигательных действий, спокойные ритмы музыки.

Прикладная ритмическая гимнастика подразделяется на профессионально-прикладную и спортивно-прикладную. Профессионально-прикладная ритмическая гимнастика применяется, как правило, как средство двигательно-трудовой реабилитации в коллективах на производстве, в учреждениях как средство активного отдыха. Содержание же комплексов и композиций определяется в этом случае спецификой трудовых процессов.

Понятие «спортивно-прикладная ритмическая гимнастика» ново, как и пока редко встречающиеся случаи ее применения как средства разминки перед тренировками в различных видах спорта. За этим способом подготовки спортсменов к основной работе в тренировке и даже к соревнованиям в игровых видах спорта стоит большое будущее. Тем более что спорт высших достижений приобретает явную профессиональную направленность, где новые технологии будут играть решающую роль. К примеру, разминка футболистов, в которой используется ритмовая музыка, и такие же ритмические движения – это высокие положительные эмоции и щадящие условия для нервной системы игроков. Но для этого нужна специальная подготовленность футбольного тренера или тренер-специалист по ритмической гимнастике.

Лечебная ритмическая гимнастика носит, как правило, реабилитационный (восстанавливающий) характер с направленностью воздействия на сердечнососудистую систему, органы дыхания, нервную систему, на опорно-двигательный аппарат.

Упражнения ритмической гимнастики

Упражнения ритмической гимнастики – это сбалансированная и исключительно эффективная программа тренировок. Эти упражнения тренируют силу, выносливость, гибкость, быстроту реакции и координацию движений. Упражнения гимнастики укрепляют определенные участки тела, например, поднятие туловища из положения лежа укрепляет мышцы брюшного пресса, а отжимания укрепляют грудные мышцы. Всего несколько несложных упражнений помогают укрепить целую группу мышц.

Ритмической гимнастикой следует заниматься методично и регулярно. Между упражнениями рекомендуется делать 3-минутный перерыв. В начале тренировок повторяйте каждое упражнение не менее пяти раз, постепенно увеличивая количество повторений по мере того, как вы привыкаете к программе занятий. Занятия всегда следует начинать с основных упражнений. Даже когда вы постепенно добавляете новые и более сложные упражнения, начинать нужно непременно с основных упражнений, и только потом переходить к упражнениям повышенной сложности.

Вот некоторые самые простые и эффективные упражнения ритмической гимнастики:

Приседания: Поставьте ноги в положение шире плеч и присядьте как можно ниже. При этом руки должны оставаться параллельно полу (т.е. должны быть вытянуты вперед). Вернитесь в исходное положение и повторите упражнение. Другие типы приседаний: приседания с поднятой и вытянутой вперед ногой. Руки при этом должны быть вытянуты вперед. Это упражнение для укрепления мышц ягодиц и ног.

Поднимание туловища в сед из положения лежа: Лягте на спину, согнув ноги в коленях. Положите руки под голову и поддерживайте голову руками, медленно поднимая верхнюю часть туловища. Это упражнение на укрепление брюшных мышц.

Вращение рук («мельница»): Встаньте прямо и вытяните руки вперед горизонтально. Сделайте несколько круговых движений руками – вначале вперед, а затем назад.

Вращение коленных суставов: Поставьте ступни вместе, руки положите на колени. Медленно начните вращение коленных суставов по часовой стрелке и в обратном направлении. Продолжительное вращение в одном направлении – 1 минута.

Вращение бедрами: Встаньте прямо, поставьте ноги на ширине плеч, положите руки на бедра. Медленно начните вращать бедрами по часовой стрелке и в обратном направлении. Продолжительное вращение в одном направлении – 1 минута.

«Велосипед»: Лягте на спину, руки подложите под ягодицы. Поднимите ноги как минимум на 20 сантиметров от пола. Поднятыми вверх ногами выполните движение, имитирующее езду на велосипеде.

Прыжки на месте с переменной положением рук и ног: Встаньте прямо, поставьте ноги как можно ближе; подпрыгните, во время прыжка максимально расширяя ноги. Старайтесь при этом хлопать в ладоши над головой. Приземляйтесь в исходное положение.

Руководство по ритмической гимнастике

- Занятия начинайте медленно, в соответствии с уровнем физической подготовки. Медленно и постепенно увеличивайте количество повторов упражнений и длительность тренировки. Занятия ритмической гимнастикой отнимают очень много сил и энергии.

- Занятия ритмической гимнастикой следует проводить ежедневно. Исключение можно сделать лишь в том случае, если вы чувствуете упадок сил. Возобновите занятия, когда ваше самочувствие улучшится.

- Заниматься ритмической гимнастикой следует в безопасном, прохладном и чистом месте. Пол должен быть ровным. Не менее важны хорошая вентиляция, правильное освещение и спокойная атмосфера.

- Тренируйтесь в удобной одежде, которая растягивается. Для упражнений в положении лежа положите на пол мат.

- Начинайте тренировку с основных упражнений и постепенно переходите к более сложным упражнениям. Попросите тренера или друга помочь вам в выполнении некоторых упражнений.

- Дышите равномерно и утоляйте жажду, когда захотите пить.

- Немедленно прекратите занятие, если чувствуете боль, дискомфорт, головокружение или одышку.

Занятия ритмической гимнастикой

Занятия ритмической гимнастикой ускоряют обмен веществ, поэтому во время тренировки следует постепенно переходить от одного упражнения к другому. Занятия ритмической гимнастикой ни в коем случае нельзя резко прерывать или прекращать, не закончив упражнения. В начале занятий каждое упражнение рекомендуется повторять пять раз, однако по мере привыкания и улучшения физической подготовки упражнения можно повторять по 25-30 раз. Также рекомендуется начинать занятия ритмической гимнастикой после небольшой зарядки (предварительной подготовки). Музыкальное сопровождение занятий помогает увеличить их эффективность.

«Плюсы» ритмической гимнастики

- Ритмической гимнастикой можно заниматься везде.

- Ритмической гимнастикой можно заниматься в любом возрасте.

- Для занятий ритмической гимнастикой не нужен дополнительный спортивный инвентарь или абонемент в престижный фитнес-клуб.
- Укрепление мышц и общей физической подготовки помогает улучшить состояние здоровья в целом.
- Ритмическая гимнастика – эффективное средство лечения депрессии.
- «Минусы» ритмической гимнастики**
- Ограниченное количество упражнений.

Гаркавая В.Г.

*Учреждение образования «Белорусский государственный
экономический университет» Республика Беларусь, г. Минск*

ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В статье рассматриваются необходимость и этапы процесса образования института государственного регулирования социально-экономического развития, так как основной целью его создания является достижение стабильности в ходе социально-экономического развития республики в целом.

Переход экономики к рыночным отношениям изменил формы и методы взаимодействия территориальных органов управления с республиканскими органами, а также с хозяйственными субъектами рыночной системы. Происходит постепенная децентрализация процессов управления, перенос ряда направлений реформы на региональный уровень, это касается малого предпринимательства, социальной сферы, охраны природы и использовании природных ресурсов, а также усиления ответственности региональной администрации за ход экономической реформы. Каждый регион имеет право самостоятельно использовать свои ресурсы, созданный научно-технический и социально-экономический потенциал для ускорения территориального развития, но при этом регионы имеют неодинаковые стартовые условия вхождения в рынок, ограниченные возможности самообеспечения и самофинансирования. Вместе с тем необходимо обеспечение экономической целостности экономики республики, единства экономической системы.

Следовательно, основным условием формирования институциональной среды устойчивого развития является дальнейшее совершенствование роли государства, основанное на совокупности форм и методов взаимодействия государства, общественных, коммерческих и некоммерческих организаций для решения задач устойчивого развития на взаимовыгодных условиях.

Эффективная институционализация социально-экономической политики является одним из основных, неперенных условий устойчивого развития Республики Беларусь. Реальной возможностью формирования институциональной среды обладают органы республиканской и местной власти. Эффективные институциональные мероприятия, направленные на поддержку устойчивого развития, – сложная задача, с которой сталкиваются все страны в сложившейся ситуации. Государству отводится важная роль опекуна. **С одной стороны**, оно должно разрабатывать стратегию устранения препятствий на пути устойчивого развития, формировать благоприятную атмосферу и развивать соответствующие рыночные институты. **С другой стороны**, параллельно с разработкой соответствующих программ и прогнозов устойчивого развития государство также отвечает за создание соответствующих институтов и инструментов внедрения этих стратегий. В качестве основного критерия эффективности институциональной среды рассматривается их способность оказывать содействие повышению устойчивого уровня развития территории.

Институционализация представляет собой процесс определения и закрепления определенных норм, правил, статусов и ролей, приведения их в систему, которая способна действовать так, чтобы удовлетворять цели и задачи социально-экономического развития. Можно сказать, что это замена спонтанного и экспериментального поведения на предсказуемое, которое ожидается и регулируется писаными и неписаными правилами.

Процесс образования института включает несколько последовательных этапов:

1 этап – возникновение потребности, удовлетворение которой требует совместных организованных действий;

2 этап – формирование общих целей;

3 этап – появление норм и правил в ходе стихийного взаимодействия, которое осуществляется поначалу методом проб и ошибок;

4 этап – выработка процедур, связанных с реализацией норм и правил; о принятии и практическое применение упомянутых норм, правил, процедур;

5 этап – принятие законов, а также необходимых санкций для их поддержания;

6 этап – создание системы статусов и ролей, охватывающих всех членов института.

Благодаря образованию институтов беспорядочные конфликты превращаются в высокоформализованную конкуренцию, желание узнать истину – в упорядоченные научные исследования, разрозненные правовые обычаи – в развитую правовую систему. Иными словами, институты являются символами порядка и организованности социально-экономического развития.

Институционализированная роль – наиболее постоянная в данном институте совокупность поведенческих ожиданий, отступление от которой обычно сурово наказывается. Например, если руководитель управляет организацией без учета ролевых ожиданий начальства и своих подчиненных, он быстро потеряет свое влияние.

Разные институты, несмотря на специфические различия, имеют определенные общие признаки.

Во-первых, наличие определенных символов, определенного элемента явления, который указывает на принадлежность к данному институту. Например, такие символы, как гимн, флаг, герб, олицетворяют государство.

Во-вторых, человек, включаясь в деятельность института, приобретает определенное положение – статус с совокупностью прав и обязанностей и роль – ожидаемое поведение, связанное с полученным статусом. Система этих ролей чаще всего выражена в формальных кодексах поведения: клятва Гиппократова у медиков, присяга президента при вступлении в должность, военная присяга в армии. Если правила, которые содержатся в кодексах, оторваны от реальной жизни или не существует неотвратимого наказания за их нарушение, эти кодексы могут нарушаться.

В-третьих, каждый институт вырабатывает свою идеологию – систему идей, которая указывает, почему человек должен действовать определенным образом, разъясняет и рационально оправдывает применение правил поведения, содействуя тем самым укреплению института.

Таким образом, институты создают устойчивые формы совместной деятельности людей по использованию общественных ресурсов, которые служат для удовлетворения одной или нескольких потребностей.

Институты также регулируют социально-экономические процессы, в ходе которых обычно эти потребности и удовлетворяются. Основной целью институтов является достижение стабильности в ходе социально-экономического развития.

Герасимова И.В.

Российский государственный университет нефти и газа им. И.М.Губкина

МЕТОДЫ И СПОСОБЫ СОГЛАСОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ И ЛИЧНЫХ ЦЕЛЕЙ

Предложенные инструменты согласования целей направлены на сближение и достижение баланса организационных и индивидуальных целей и общей глобальной цели организации, что способствует повышению уровня лояльности и приверженности персонала к организации и ведет к повышению производительности труда.

В организации, как в системе, каждый элемент имеет целевую направленность, т.е. имеет определенный набор актуальных целей. Не все цели достигаются одновременно и полностью. Механизм согласования целей способствует сближению целей разных подсистем организации, при этом, достигая одну цель, одновременно может реализоваться и другая, приводя к гармонии и единству всех составляющих. Особое значение согласованность целей и действий имеет при разработке или совершенствовании системы мотивации персонала, объединяющей мотивационные мероприятия материального и нематериального характера.

В качестве методов и способов согласования целей компании с индивидуальными целями сотрудника можно выделить следующие инструменты:

- организационная культура;
- социальная политика;
- соревнование;
- система мотивации и стимулирования персонала.

Под организационной культурой следует понимать определенный набор ценностей, которые близки, в большей или меньшей степени всем членам организации. Этот набор включает: степень ответственности, которую сотрудники готовы на себя брать; готовность работников рисковать; степень развития системы целеполагания в организации; способность сотрудников взаимодействовать в процессе трудовой деятельности; степень идентификации сотрудников со своей организацией; социально-психологический климат в коллективе; наличие внутрикорпоративных коммуникаций и т.д. Однако ключевой ценностью признается миссия компании, служащей ориентиром для всех сотрудников, и стратегические цели компании.

Организационная культура компании повышает степень согласованности целей. «Здоровая» система ценностей организации призвана заинтересовать и воодушевить всех сотрудников на достижение своих целей.

С точки зрения взаимоотношений в коллективе и возможности достижения цели важными являются следующие составляющие организационной культуры предприятия:

1. Взаимоотношения между руководством компании или подразделения и подчиненными. Если руководство занимает позицию противостояния с работниками, невнимательно к своим подчиненным и несправедливо относится к вопросам распределения работы и вознаграждения, то это приводит к напряженности отношений внутри коллектива, низкой заинтересованности сотрудников в итоговых результатах своей деятельности и отсутствию инициативы и самостоятельности при движении к цели.

2. Непосредственное отношение работников к выполняемой задаче. Если в компании не сформированы условия для полного выкладывания на рабочем месте, появляются сбои в работе, ухудшается психологический климат в коллективе. Напротив, если работник настроен на работу с максимальной отдачей, в организации сформированы условия для реализации творческого потенциала сотрудников, появляется ответственное отношение к работе, а получаемое от работы удовлетворение способствует достижению целей организации.

3. Отношение работников к инновационным внедрениям. Важной управленческой задачей является подготовка персонала к новаторским изменениям. Недооценка этой задачи ведет к появлению скептического отношения работников к любым инновационным решениям и, как следствие, приводит к высокой сопротивляемости изменениям, незаинтересованности в достижении поставленной задачи и принятию ошибочных решений.

Все современные компании стараются придерживаться двух направлений: отстаивание интересов дела и отстаивание интересов людей, что также требует согласованности целей, ценностей, решений и действий.

Таким образом, организационная культура и такие её составляющие как ценностные ориентиры компании, стиль управления, деловая этика, зафиксированная в этическом кодексе компании, миссия организации и особенности развития внутрикорпоративных коммуникаций выступают в качестве мощного механизма по интеграции целей работников с целями организации.

Социальную политику компании можно рассматривать как в рамках организационной культуры компании, так и как составляющую мотивационной системы предприятия. В независимости от этого, существует ряд приоритетных направлений развития социальной политики компании, закреплённые в документах в виде основных направлений реализации социальных программ компании. Сюда входят:

- охрана здоровья персонала;
- обеспечение безопасных условий труда;
- социальная ответственность и социальные гарантии;
- развитие персонала.

При этом, как показывает практика, российские компании наиболее приоритетными для себя считают именно вопросы охраны здоровья, обеспечения оптимальных условий труда и развитие персонала. Нужно отметить, что в этих программах объединены интересы работников и работодателей. Программы охраны здоровья и труда являются приоритетными для сотрудников компании, в то время как развитие персонала – приоритет для работодателей. Это показывает, что задача социальной политики компании – обеспечение баланса интересов и целей персонала и организации.

Мотивационные механизмы согласования целей многогранны и поэтому являются мощнейшим способом сближения целей работодателей и работников.

Формирование системы мотивации и стимулирования должно подчиняться общим целям и принципам функционирования организации. Эффективность функционирования системы мотивации определяется тем вкладом, который она вносит в достижение организационных целей, а также тем, насколько каждый сотрудник компании чувствует себя частью её, прикладывая максимум усилий для достижения общих целей.

О полной согласованности можно говорить, если достигнуто соответствие целей и принципов на следующих уровнях:

1. Целевое управление организацией – целевое управление персоналом. Соответствие и соподчинение целей системы управления персоналом целям и общей стратегии предприятия.

2. Целевое управление персоналом – целевое управление системой мотивации. Соответствие и соподчинение целей системы мотивации и стимулирования целям, задачам и стратегии системы управления персоналом.

3. Целевое управление системой мотивации – целевое управление каждым сотрудником компании. Соответствие и согласование целей, ценностей, потребностей и интересов сотрудников стратегическим целям и задачам организации.

Система мотивации и стимулирования на предприятии как часть системы управления персоналом решает ряд задач: обеспечивает организацию необходимыми трудовыми ресурсами в соответствии с общей стратегией компании; способствует формиро-

ванию такой внутренней среды, при которой все составляющие её элементы (ценности, приоритеты, организационная культура, внутрикорпоративные коммуникации и т.д.) стимулируют воспроизводство трудового потенциала, что работает на достижение стратегии компании; способствует четкому разграничению полномочий и разделению зоны ответственности, как в стратегическом плане, так и с точки зрения иерархичности исполнения задач.

Описанные способы сближения организационных и личных целей способствуют повышению приверженности и лояльности сотрудников, что обеспечит высокий уровень производительности труда и повышению конкурентоспособности предприятия.

Оглавление

Абакарова Р.Ш. ГАРМОНИЗАЦИЯ НАЛОГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ.....	3
Абакарова Р.Ш. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ НАЛОГОВ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ.....	4
Абакарова Р.Ш. НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ: ЗА И ПРОТИВ	6
Абакарова Р.Ш. НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ: КАК ДОБРО ИЛИ ЗЛО?	7
Абакарова Р.Ш. НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ	8
Абакарова Р.Ш. ПЕРЕХОД С ОДНОГО НАЛОГОВОГО РЕЖИМА НА ДРУГОЙ	10
Абакарова Р.Ш. ПЕРСПЕКТИВЫ ВВЕДЕНИЯ НАЛОГА НА РОСКОШЬ В РОССИЙСКОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ.....	11
Абакарова Р.Ш. ПОНЯТИЕ И ПРИЗНАКИ НАЛОГА.....	13
Абакарова Р.Ш. ПРОБЛЕМА ДВОЙНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ УКЛОНЕНИЮ ОТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ.....	14
Абакарова Р.Ш. РОЛЬ НАЛОГОВ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА	15
Абакарова Р.Ш. СУЩНОСТЬ ГЕРБОВОГО СБОРА И ЕГО РОЛЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	16
Абакарова Р.Ш. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩИХ ТЕОРИЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	18
Абакарова Р.Ш. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НАЛОГИ	19
Абакарова Р.Ш. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕПРЕДСТАВЛЕНИЕ НАЛОГОВОЙ ДЕКЛАРАЦИИ.....	20
Абдурагимова Р.М., Исаева Ш.М. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ АКТИВОВ И СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	22
Азарова Л.В., Тойтонова Т.Е. ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ООО «НАМ» ВЕРХНЕВИЛЮЙСКОГО УЛУСА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ).....	23
Азарова Л.В., Третьякова А.Л. ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ СППК «АММА» АМГИНСКОГО УЛУСА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)	25
Акимова Л.В., Сахарова Л.А., Савинкина Л.А., Николаев Д.В. СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В ПЕРИОД С 2008 ПО 2012 ГОДЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	29
Акимова Т.В. ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ	31
Алексеев А.А. КОНЦЕПЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СМК ОРГАНИЗАЦИИ	33
Алиева М.И. СОЧЕТАНИЕ ПРИНЦИПОВ И ФУНКЦИЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ.....	35
Анненкова Е.Н. Черноглазкина Л.Е., Кондрашова Е.С. СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА ПОЖИЛЫХ ГРАЖДАН И ИНВАЛИДОВ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	37
Анненкова Е.Н. Кроткова К.С. СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	39
Антонова А.А. ВЫБОР ФОРМЫ КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	41
Асхабова И.А., Исаева Ш.М. АНАЛИЗ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА	43
Ашинова М.К., Чиназирова С.К. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ КРЕДИТОВАНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА.....	44
Бадмаева Д.А. МИРОВОЙ ОПЫТ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ	47
Баймурзина Г.И., Гирфанова И.Н. АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЗЕРНА И РЕЗЕРВЫ ЕЕ СНИЖЕНИЯ В ООО «АГРО» АБЗЕЛИЛОВСКОГО РАЙОНА РБ.....	52
Балашова Н.В. РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭТИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ.....	54

Бартош Л.С. ГРУППЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РЫНОЧНЫХ СТРАТЕГИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	55
Башкатова Т.А., Бороdienко В.В., Петренко Н.Г. ОСНОВНЫЕ ОТЛИЧИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОТ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	58
Башкатова Т.А., Диланян К.В. ЭВОЛЮЦИЯ АУДИТА И ЭТАПЫ ЕГО РАЗВИТИЯ	62
Башкатова Т.А., Каширин А.А. FAQ: ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АУДИТА	64
Башкатова Т.А., Халидов Ш.А., Пичугина М.М.ОСОБЕННОСТИ АУДИТА СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ	66
Башкатова Т.А., Чиркова В.Ю. ФОРМИРОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	69
Бирюкова А.А. СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА	72
Богачев А.И. ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО СТРАХОВАНИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ	74
Боер В.М., Глущенко П.П. ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТА ПРАВООЩИТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ – НОВОЙ НАУЧНОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ЮРИСПРУДЕНЦИИ	77
Болдырев В.М. К ВОПРОСУ ОБНОВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТНОГО ФЛОТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	81
Болдырева Т.В., Болдырев М.Д. АНАЛИЗ РЫНКА ОБУВИ В РОССИИ.....	85
Болдырева Т.В., Солдатов И.В. ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МЕРЧАНДАЙЗИНГА НА ПРИМЕРЕ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА ОБУВИ	88
Бударина Я.Е., Салахутдинова Э.Р. АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МУП «УИС»	107
Букрина О.В. БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ: ПРОБЛЕМА И НЕКОТОРЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕЁ РЕШЕНИЯ	110
Васильева М.В., Коробейникова К.В. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ КАК НЕЦЕНОВОЙ ФАКТОР РЫНОЧНОГО СПРОСА.....	113
Васина Д.В.ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ – ТОЧКА НЕВОЗВРАТА УСПЕШНО ПРОЙДЕНА	118
Верещагина Л.С., Илларионов Ю.В. АНАЛИЗ РИСКА СНИЖЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	121
Волков А.М. ПРОБЛЕМА МУСОРА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	123
Волченкова И.И. ПОМОЩЬ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЯМ АПК В ОБЕСПЕЧЕНИИ ДОСТУПА К ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ	125
Волченкова И.И. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АПК.....	127
Волчо Е.В. СИСТЕМА СОЦИАЛЬНЫХ ЛИФТОВ: КАМПАНИИ ВЫДВИЖЕНЧЕСТВА И ПРОДВИЖЕНЧЕСТВА 1920-1930-х гг.....	130
Гаджимагомедов А.А. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ В ОБЛАСТИ НАЛОГОВ	133
Ганеева Э.С. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	134
Гарина О.Г. РИТМИЧЕСКАЯ ГИМНАСТИКА КАК ВИД ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ	136
Гаркавая В.Г. ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....	141
Герасимова И.В. МЕТОДЫ И СПОСОБЫ СОГЛАСОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ И ЛИЧНЫХ ЦЕЛЕЙ	143

Научное издание

**ПЕРСПЕКТИВЫ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ
МОДЕРНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА:
НОВЫЙ ВЗГЛЯД
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ,
ФИЛОСОФСКИЕ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ,
ПРАВОВЫЕ ОБЩЕНАУЧНЫЕ АСПЕКТЫ**

Материалы
международной научно-практической конференции
25 июня 2014 г.

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный редактор
В.И. Долгий

Ответственный редактор
С.С. Чернов

Компьютерная верстка
О.В. Кузнецова

Подписано в печать
Формат 60x84 1/16
Бумага офсетная
Уч.-изд. л.
Усл. печ. л.
Тираж 500 экз.
Заказ № _____

Отпечатано в типографии