



ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Материалы Шестой международной научно-практической конференции

18-19 апреля 2014 г.

Рубцовск 2014

ББК 65.01

Научно-редакционная коллегия:

О.П. Осадчая, д.э.н., зав. каф. «МиЭ» (ответственный редактор)

Е.С. Беляева, к.э.н., доцент каф. «МиЭ» (редактор)

Д.В. Ремизов, ст. преподаватель каф. «МиЭ» (технический секретарь)

П 781 Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы Шестой международной научно-практической конференции 18-19 апреля 2014 г. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск: 2014. – 489 с.

ISBN 978-5-9904674-1-5

Сборник включает материалы Шестой международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом», проходившей в Рубцовском индустриальном институте АлтГТУ им. И.И. Ползунова 18-19 апреля 2014 г. Статьи сгруппированы по основным направлениям работы конференции.

В работе конференции принимали участие ученые и практики из разных городов России, Республики Казахстан. Сборник представляет интерес для специалистов предприятий и организаций, преподавателей и научных сотрудников, аспирантов, студентов, а также всех интересующихся актуальными проблемами развития экономики и менеджмента.

Стилистика текстов сохранена в авторской редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов.

ББК 65.01

Рекомендован к изданию научно-методическим советом Рубцовского индустриального института

ISBN 978-5-9904674-1-5

© О.П. Осадчая, Е.С. Беляева, Д.В. Ремизов, составление, 2014

© Рубцовский индустриальный институт, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	9
-----------------------	---

СЕКЦИЯ 1

Проблемы и перспективы развития экономики на макроуровне

<i>Абеуханова Е.Б., Омарбаева С.Т., Жумашибекова С.К. Агропромышленный комплекс Казахстана и механизм его регулирования</i>	12
<i>Агумбаева А.Е. Состояние низкоуглеродного развития в Казахстане: состояние и перспективы</i>	15
<i>Асканова О.В. Состояние отечественного машиностроения сквозь призму денежно-кредитной политики</i>	16
<i>Алибаева М.М., Орынбекова Г.А., Толымгожинова М.К., Паримбекова Л.З. Динамика развития приграничного сотрудничества ВКО</i>	26
<i>Баядилова Б.М., Самиева Г.Т., Темиргалиева А.С. Факторы, сдерживающие развитие малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан</i>	33
<i>Бежовец А.А. Системы входа в процедуры банкротства в российском законодательстве</i>	38
<i>Боровкова О.В., Углинская В.В. Экономическое пространство в системе взаимодействий</i>	45
<i>Буфетова Л.П. Эволюционные принципы и структурные модели в исследовании развития экономической сферы</i>	53
<i>Важенина Т.Ю. Проблемы реализации программно-целевого подхода в России и за рубежом</i>	64
<i>Глазкова Т.Н., Демченко Ю.С. Способы инвестирования в драгоценные металлы</i>	69
<i>Горюшкин А.А. Проблемы и перспективы развития рынка арендного жилья в России</i>	78
<i>Жакенова Г.И., Гранецкий В.Н. Тенденции и перспективы развития «зеленой экономики»</i>	84

Жайлаубаева Ш.Д., Кажиева Ж.Х. Производство и переработка масличных культур – перспективное направление развития агропродовольственного сектора.....	93
Жарикова А.В. К вопросу о трансформации сущности и принципов оперативного планирования в экономических системах.....	97
Изряднова О.И., Лугачева Л.И., Мусатова М.М. Мониторинг инновационной восприимчивости обрабатывающих производств РФ: результативность и приоритеты.....	100
Ильиных Ю.М. Развитие кластерных инициатив в российской экономике...	108
Казанцева Ю.В. Формирование ключевых компетенций при подготовке кадров экономического профиля (на примере иностранного языка)	112
Кербель О.А. Малый и средний инновационный бизнес в Республике Казахстан	115
Корниенко А.Н. Развитие профессиональных компетенций будущего экономиста средствами иностранного языка.....	120
Кушуков Г.С. Проблемы развития малого бизнеса в Казахстане.....	123
Ляпкина Н.А. Проблема старения персонала в условиях структурных преобразований экономики.....	128
Мусатова М.М. Институциональное управление процессом развития российских обрабатывающих производств.....	131
Окасов Д.Е. Основные проблемы занятости молодежи на казахстанском рынке труда	138
Омарбаева С.Т., Абеуханова Е.Б., Жумашибекова С.К. Пищевая промышленность Казахстана: перспективы развития	144
Орынбекова Г.А., Маратбеккызы А. Зарубежный опыт и особенности институциональной поддержки малых инновационных предприятий в Республике Казахстан.....	147
Паримбекова Л.З., Толымгожинова М.К., Алибаева М.М., Орынбекова Г.А. Развитие подкомплекса животноводства ВКО РК	151

<i>Попов В.И. О формировании предпринимательской культуры в современной России как фактора улучшения деловой среды.....</i>	157
<i>Ремизов Д.В. Внешнеэкономическое сотрудничество Российской Федерации на современном этапе</i>	161
<i>Самиева Г.Т., Баядилова Б.М., Темиргалиева А.С. Государственное регулирование инвестиционной политики Республики Казахстан.....</i>	166
<i>Сокира Т.С. Современное состояние брендинга в Таможенном союзе.....</i>	170
<i>Сычева И.Н., Пермякова Е.С. «Зеленая» экономика: приоритеты и особенности в Республике Казахстан и Российской Федерации</i>	179
<i>Толымгожинова М.К., Алибаева М.М., Орынбекова Г.А., Паримбекова Л.З. Управление факторами, определяющими развитие продовольственного рынка ВКО РК</i>	192
<i>Черемисина Т.П. Наука и образование в современной России: оценка готовности к инновационной стадии развития.....</i>	199

СЕКЦИЯ 2

Региональная и отраслевая экономика

<i>Абрамов Н.М., Соколова К.С. Тенденции развития внешнеторговой деятельности Алтайского края в условиях функционирования Таможенного союза.....</i>	209
<i>Ануфриева И.Ю. Развитие региональной системы сертификации менеджеров по персоналу</i>	214
<i>Беляева Е.С. Инновационная политика Алтайского края.....</i>	218
<i>Винникова А.Б. Инновационное развитие Алтайского края.....</i>	221
<i>Волкова М.В., Мальцева Е.В. Формирование имиджа региона на примере Алтайского края</i>	224
<i>Галынчик Т.А. Индекс человеческого развития: сущность и оценка на уровне региона.....</i>	228
<i>Джуманазарова Ж.С. Стратегия управления региональным агропромышленным комплексом</i>	237

<i>Жайлемысова К.К., Закимова А.М. Инновационные технологии рекламного рынка: состояние и перспективы развития.....</i>	242
<i>Коробкина Е.В. Экотуризм в Алтайском крае.....</i>	252
<i>Манаев В.В. Финансовая поддержка – важнейшее направление политики по развитию малого и среднего бизнеса</i>	256
<i>Манаев В.В. Правовые основы финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства.....</i>	257
<i>Орынбекова Г.А., Алибаева М.М., Толымгожинова М.К., Паримбекова Л.З. Реализация проектов АПК региона в условиях инвестиционного риска.....</i>	260
<i>Осадчая О.П., Волкова М.В. Алтайский край – перспективный туристический регион России.....</i>	267
<i>Пестунова Г.Б. Социально-демографические проблемы моногородов Восточного Казахстана и возможные пути их разрешения</i>	273
<i>Пурыга И.В. Информация о социально-экономическом развитии г. Рубцовска за 2013 год.....</i>	278
<i>Темиргалиева А.С., Баядилова Б.М., Самиева Г.Т. Стратегическое управление инновационным развитием регионального АПК</i>	285
<i>Турусбекова А.Ж., Турусбекова А.С., Есенбекова З.Ж. Проблемы конкурентоспособности региональной экономики (на материалах Восточно-Казахстанской области).....</i>	290
<i>Углинская В.В., Маслихова Е.А. Водоснабжение: сущность, проблемы и социальная норма.....</i>	296
<i>Хасенова К.Е. Законодательные аспекты стратегического развития регионов Казахстана</i>	301
<i>Хорунжин М.Г. Методические аспекты определения групп обучения и переобучения безработных граждан</i>	311

СЕКЦИЯ 3

Экономика и менеджмент на предприятии

<i>Абрамов Н.М., Налимова А.И. Совершенствование механизма проведения процедуры конкурсного производства</i>	317
--	-----

<i>Артеменко Т.В. К вопросу о стратегическом планировании деятельности предприятия – субъекта международного бизнеса</i>	320
<i>Балдина Н.П. Процесс создания малых инновационных предприятий с участием бюджетных научных и образовательных учреждений</i>	328
<i>Бантикова М.С. Бюджетирование в системе управления современной организацией</i>	338
<i>Верховцева О.Н. Выбор продуктово-маркетинговой стратегии предприятия</i>	343
<i>Гвоздева Е.А. Анализ факторов необходимости внедрения контроллинга на российских предприятиях</i>	346
<i>Герман О.И. Роль трансфертного ценообразования в деятельности российских компаний металлургической промышленности</i>	351
<i>Дирша Е.В. Тенденции развития интегрированных систем управления предприятием</i>	355
<i>Зейнуллина А.Ж. Из теории эффективного управления процессом формирования затрат и финансовых результатов</i>	360
<i>Ибраева А.К., Курманбекова Г.А., Нурмадиева Г.Д., Журтыбаева И.С., Омарова А.К. Методы и инструменты эффективного управления финансами предприятий</i>	365
<i>Касаткина Е.В. Проблемы перехода к инновационному типу расширенного воспроизводства</i>	369
<i>Козлова Ж.М. Особенности маркетинга образовательных услуг</i>	373
<i>Кривоносова К.С. Современный процесс найма и управления человеческими ресурсами в компании</i>	381
<i>Кузьмина Л.В. Формирование эффективной системы управления цепями поставок</i>	386
<i>Лабушева Я.Г., Осадчая О.П. Методы оценки стоимости страховых компаний для принятия стратегических решений</i>	395
<i>Лотова Е.В. Нетрадиционные методы и приемы рекламной коммуникации</i>	400

<i>Лукин Л.Н. Разработка стратегии развития предприятия на основе принципов системного подхода.....</i>	403
<i>Ляпкина Н.А., Жарикова А.В. Особенности оперативного управления производством как один из аспектов управления изменениями на современном этапе</i>	409
<i>Магзумова А.Р., Конурбаев Ж.Т. Инновационные технологии в маркетинге.....</i>	413
<i>Мукатаева А.А., Орынбекова Г.А. Методы повышения эффективности управления компанией</i>	423
<i>Осадчая О.П., Кожевников Е.Б. Оптимизация налогового портфеля в интегрированных агропромышленных корпоративных структурах.....</i>	426
<i>Пестунова Г.Б., Касаткина И.И. Регулирование социальной напряженности в трудовом коллективе: роль личности руководителя.....</i>	430
<i>Прищенко Е.А. Проблемы использования механизма налогового планирования малыми предприятиями</i>	433
<i>Прокопьева Т.В. Наиболее эффективные способы снижения убыточности в автостраховании.....</i>	440
<i>Спиридонов Л.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации в малом бизнесе.....</i>	447
<i>Соломенникова Е.А. Анализ методов оценки перспектив внедрения инноваций в холдингах.....</i>	449
<i>Сорокин Ал.В., Сорокин Ан.В. Активизация потенциала персонала промышленного предприятия с использованием технологий краудсорсинга.....</i>	455
<i>Толымгожинова М.К., Кузьмина Л.В. Методические подходы к формированию устойчивых цепей поставок.....</i>	459
<i>Томашевич И.И. Человеческие ресурсы в организации.....</i>	467
<i>Хажеев И.И. Возможности краткосрочного прогнозирования расхода топлива на отопление.....</i>	469
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....	483

ВВЕДЕНИЕ

Рубцовск – это город с развитой сетью высших и средних специальных учебных заведений. Филиалы ведущих вузов, расположенные в Рубцовске, имеют большой потенциал кадров высокой квалификации, не только теоретиков, но лиц с практическим опытом работы на промышленных предприятиях города.

На базе Рубцовского индустриального института кафедрой «Менеджмент и экономика» 18 апреля 2014 года была проведена Шестая международная научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом».

Впервые она была проведена в 2009 году в статусе межрегиональной, уже через год стала всероссийской, а с 2012 года – международной. Нынешняя конференция отличается тем, что в ней приняли участие и стали соучредителями два казахстанских вуза: Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева и Государственный университет имени Шакарима города Семей.

В конференции очно и заочно приняли участие 101 автор из семи субъектов России (8 городов) и трех городов Республики Казахстан. География участников постоянно расширяется. Свои работы прислали преподаватели, ученые, руководители и специалисты предприятий из Барнаула, Новосибирска, Москвы, Нижневартовска, Иркутска, Семей, Усть-Каменогорска и других городов России и Казахстана. Треть составили именно зарубежные гости. Более половины авторов – доктора и кандидаты наук.

В конференции приняли очное участие не только преподаватели, ученые из Рубцовского индустриального института, но и представители Администрации Рубцовска и Рубцовского городского Совета депутатов, Инспекции федеральной налоговой службы, городского отделения Сбербанка РФ, ГУ Управление Пенсионного фонда Российской Федерации в г. Рубцовске и Рубцовском районе, филиала Алтайской торгово-промышленной палаты, общественного Совета по развитию предпринимательства при Администрации г. Рубцовска и Городском Совете депутатов, промышленных и торговых предприятий города, коллеги из Алтайского государственного технического университета и Алтайской академии экономики и права (г. Барнаул) и Государственного университета имени Шакарима города Семей Казахстана.

На пленарном заседании была представлена актуальная информация о социально – экономической ситуации в г. Рубцовске. Информацию о социально-экономической ситуации в Рубцовске представили начальник отдела экономического развития и ценообразования Администрации города Пурыга Ирина Викторовна, заместитель начальника Межрайонной ИФНС России №12 по Алтайскому краю г. Рубцовск Кайдашова Лариса Александровна, начальник ГУ Управление Пенсионного фонда Российской Федерации в г. Рубцовске и Рубцовском районе Путинцева Елена Михайловна, управляющая отделением Сбербанка в г. Рубцовске Степанова Ольга Ивановна, директор филиала Алтайской торгово-промышленной палаты, г. Рубцовск, Невзорова Наталья Николаевна.

На конференции с докладами выступили представители Республики Казахстан Государственного университета имени Шакарима, Алтайской академии экономики и права, Рубцовского индустриального института АлтГТУ, Алтайского государственного технического университета, управления по ЖКХ Администрации города Рубцовска.

Конференция прошла в дружественной, рабочей атмосфере обмена мнениями по актуальным вопросам развития города Рубцовска, Алтайского края, России, Республики Казахстан, проблемам региональной, отраслевой и мировой экономики и политики.

Оргкомитет конференции выражает особую благодарность заместителю главы Администрации Рубцовска Фельдману Дмитрию Зайвелевичу, начальнику отдела экономического развития и ценообразования Администрации г. Рубцовска *Пурыга Ирине Викторовне*, председателю общественного Совета по развитию предпринимательства при Администрации г. Рубцовска и Городском Совете депутатов *Томашевичу Ивану Ивановичу*, зам. начальника Инспекции федеральной налоговой службы № 12 по г. Рубцовску, Рубцовскому и Егорьевским районам *Кайдашовой Ларисе Александровне*, управляющей отделением Сбербанка РФ в г. Рубцовске *Степановой Ольге Ивановне*, начальнику ГУ Управления Пенсионного фонда Российской Федерации в г. Рубцовске и Рубцовском районе Алтайского края *Путинцевой Елене Михайловне*, директору филиала Алтайской торгово-промышленной палаты, г. Рубцовск *Невзоровой Наталье Николаевне* за участие в конференции.

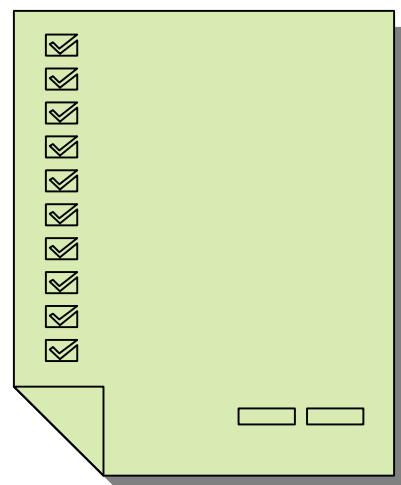
Редакционная коллегия также выражает благодарность администрации и коллегам Рубцовского индустриального института в лице директора, д.т.н, *Кутумова Алексея Анатольевича*; заместителя директора по социальному развитию и науке, к.т.н. *Апполонова А.А* за участие, поддержку и помощь в издании сборника.

Оргкомитет конференции благодарит всех авторов, приславших материалы для публикации, приглашает к дальнейшему сотрудничеству.

*Председатель оргкомитета конференции
д.э.н., профессор Осадчая Ольга Петровна*

СЕКЦИЯ 1

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА МАКРОУРОВНЕ



АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС КАЗАХСТАНА И МЕХАНИЗМ ЕГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Е.Б. Абеуханова, С.Т. Омарбаева, С.К. Жумашбекова

Государственный университет имени Шакарима города Семей, г.Семей

Агропромышленный сектор является одним из ключевых секторов экономики страны, и от степени его развития всецело зависит не только уровень продовольственной безопасности страны, но и общественно-политическая стабильность государства. В этой отрасли производится жизненно важная для общества продукция, здесь же сосредоточен большой экономический потенциал.

Развитие сельского хозяйства оказывает содействие развитию других отраслей, которые поставляют средства производства и потребляют продукцию сельского хозяйства как сырье, а также предоставляют транспортные, торговые и другие услуги.

Кризисные явления в сельском хозяйстве привели к необходимости осуществления глубоких экономических реформ, т.е. разработки новых подходов по созданию системы государственного регулирования сельскохозяйственного производства.

Экономика АПК в республике находится в кризисном состоянии. Главная причина – глубокая диспропорция между реальным сектором экономики и финансовой сферой, нет механизма взаимодействия между ними.

Масштабы государственного регулирования обусловлены уровнем экономического и социального развития АПК, сбалансированностью спроса и предложения на сельскохозяйственную продукцию.

Регулирование сельского хозяйства требует значительных бюджетных средств для облегчения оптимальной макроэкономической сферы, для создания условий взаимодействия агропромышленного сектора с другими отраслями экономики, а также корректировки развития отрасли в соответствии с условиями и задачами развития государства.

Для реализации аграрной политики необходимо оценить затраты государственного механизма регулирования, включая: поддержку рыночных цен, прямые дотации, налогообложение, выплаты производителями кормов и другие виды поддержки.

Еще одним шагом для повышения эффективности развития агропромышленного комплекса должно стать реформирование системы использования человеческих ресурсов на селе путем развития института квалифицированной подготовки специалистов непосредственно на производстве. Кроме того, эксперты подчеркнули необходимость формирования цивилизованного рынка поставок сервисных услуг для крестьянских хозяйств и развития индустриального-инновационной направленности агропродовольственного комплекса, в том числе крестьянских хозяйств.

Объем импорта в январе-ноябре 2012 года по сравнению с аналогичным периодом 2011 года увеличился на 5% и составил 2 666,1 млн. долл. США.

В натуральном выражении основной объем импорта приходится на плодоовощные консервы, молочные продукты, мясо птицы, кондитерские изделия, завозимые в основном из стран ТС и дальнего зарубежья.

Вместе с тем, несмотря на ежегодный рост объемов переработки, доля переработки основных видов сельскохозяйственного сырья остается низкой: мяса - 24%, молока - 34,4%, плодоовощных - 6,9%.

Загруженность производственных мощностей перерабатывающих предприятий составила: по производству колбасных изделий – 28,4%, обработанного молока – 46,8%, муки – 36,8%, свежего хлеба – 43%, макаронных изделий – 51%, по переработке овощей – 27,8%.

Основными причинами низкой загруженности перерабатывающей отрасли являются:

- недостаток качественного сырья из-за высокого удельного веса производства в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах;
- слабое развитие системы заготовки, транспортировки и хранения сельскохозяйственного сырья;
- недостаточная защита внутреннего рынка от скрытого демпинга импортного товара и излишние проверки;
- отсутствие практического применения комплекса мер по созданию условий для системного сбыта отечественной продукции;
- высокий уровень износа активной части основных промышленно-производственных фондов пищевой и перерабатывающей промышленности.
- недостаточный уровень развития смежных отраслей;
- отсутствие практического применения системы контроля за соблюдением законодательства в области технического регулирования.

Для решения вышеуказанных проблем утверждена Дорожная карта по поддержке и развитию предприятий переработки.

В государственной финансовой поддержке сельского хозяйства следует использовать компенсационные платежи; ценовое вмешательство (поддержка внутренних цен на сельскохозяйственную продукцию, установление квот, налогов на экспорт и импорт продовольствия); компенсация издержек-субсидирование приобретения средств производства; содействие развитию рынка и производственной инфраструктуры; макроэкономическая политика (меры государственной поддержки других отраслей экономики).

Основная цель госрегулирования в аграрном секторе – содействие производству в максимальном обеспечении населения продовольствием и другими товарами, формирование экспортного потенциала, занятость населения, социальное развитие села, стабилизация экономики в целом.

В условиях рынка сельскохозяйственное производство во многом зависит от финансовой поддержки государства (ценовая политика, льготы по кредитам, налогам, дотации, субсидии и прочие платежи из бюджетных средств).

Регулирование цен выравнивает условия для всех товаропроизводителей, устраняет ценовые диспропорции и монополистический диктат цен.

Свободное колебание цен допускается между верхним и нижним пределами. Верхний защищает интересы потребителей, нижний сохраняет гарантиро-

ванный минимальный доход производителя (при возможном понижении цен). Воздействие со стороны государства: прямое регулирование цен и наблюдение за ними (косвенный контроль).

Ценовая политика РК не поддерживает производителей, т.е. уровень цен не обеспечивает возмещение затрат и получение прибыли для расширенного производства, гарантированные цены своевременно не доводятся (кроме зерна), не проводится индексация цен. В связи с этим ухудшилось финансовое состояние сельскохозяйственных производителей.

В целом ценовая политика не имеет определенной концепции, в основном либерализация цен. Не проводится прогнозирование ценовой ситуации (просчеты в регулировании цен). Также слабая финансовая база государства по стабилизации и стимулированию сельского хозяйства. Оптовые и розничные предприятия на отдельные виды продукции делают «накрутку» 40-90 процентов от оптовой цены сельхозпредприятий.

Основными задачами казахстанской системы государственной поддержки аграрного сектора должны считать: предотвращение нежелательных миграционных процессов, поддержка и защита внутреннего рынка продовольствия и сырья, обеспечение и поддержание продовольственной безопасности на должном уровне. На сегодняшний день государству необходимо разработать программы продовольственной безопасности.

Необходимо концентрирование на развитии перспективных отраслей АПК, которые позволят республике обеспечить внутренний спрос и экспортировать сельскохозяйственные товары на внешние рынки. Целью Казахстана является не полная самообеспеченность продовольствием, а высокая экспортная конкурентоспособность в перспективных отраслях пищевой промышленности, к примеру, является целесообразным дальнейшее развитие перерабатывающих отраслей пищевой промышленности на базе высококачественного сырья, таких как мукомольное и макаронное производство, переработка масличных культур и мясная промышленность.

Библиографический список

1. Концепция устойчивого развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2006-2010 гг.
2. Программа по развитию АПК в Республике Казахстан до 2020. - Постановление Правительства РК от 12 октября 2010г. № 1052.
3. Государственная программа «Дорожная карта бизнеса 2020». - Утверждена постановлением Правительства РК от 13 апреля 2010г. №301.
4. Совершенствование структуры управления регионального АПК //АПК-экономика, управление. 2012. №2.

СОСТОЯНИЕ НИЗКОУГЛЕРОДНОГО РАЗВИТИЯ В КАЗАХСТАНЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.Е. Азумбаева

Государственный университет имени Шакарима города Семей

Существующие глобальные климатические изменения в последние годы признаются мировым сообществом единственной чрезвычайно опасной из экологических угроз для всей человеческой цивилизации. Всемирная организация метеорологии установила, что антропогенные являются одной из причин наблюдаемого в последние годы потепления. Основной причиной неравновесия глобальной климатической системы является превышение *homo sapiens* пороговых значений допустимого уровня воздействия на биосферу. Глобальное потепление способно вызвать ряд негативных последствий, начиная с повышения уровня Мирового океана и затопления близлежащих территорий, заканчивая таянием ледников. «Это явление угрожает не только потеплением, но и увеличением частоты и силы всевозможных аномальных и экстремальных погодноклиматических явлений (засух, наводнений, ураганов, смерчей, резких выбросов температуры как вверх, так и вниз)» [1].

В этой связи необходимо отметить, что единственно верный путь в решении данной проблемы – это актуализация низкоуглеродного развития, к которому призывают страны-участники Киотского протокола.

Вместе с тем проблема парниковых газов и их сокращение взаимосвязано с вопросом обеспеченности глобальной энергоэкологической безопасности, а также устойчивости мирового энергетического рынка, стабильного развития государств и всего мирового сообщества в целом.

Опираясь на факты, мы можем констатировать, что Казахстану удалось использовать свои преимущества от реализации Киотского протокола и найти свою нишу на рынке эмиссий, создав определенную базу внутренних законодательных механизмов в природоохранной, налоговой и энергетической сферах. Осуществление механизмов Киотского протокола позволяет достигнуть цели по вхождению Казахстана в число 30 наиболее конкурентоспособных стран мира, а также обеспечить реализацию Стратегии индустриально-инновационного развития, в которой запланировано повышение ВВП в 3,5 раза при одновременном снижении энергоемкости в 2 раза.

Подтверждение этому служит факт о внедрении в Казахстане на законодательном уровне системы ограничений и торговли квотами на выброс парниковых газов. Валовой объем биржевых сделок в ходе торгов составил 32 044 тонны CO₂. При этом цена за одну тонну единицы квоты CO₂ составила 455 тенге (2,5 доллара США). Отечественные предприятия приступили к торговле квотами между собой. Работа в этом направлении активизировалась с 2010 года, были внесены соответствующие изменения в Экологический кодекс РК, в 2012 году была принята вся регламентирующая подзаконная база, постановления правительства и правила, что стало основой для старта системы в 2013 году. В это же время Глава государства утвердил концепцию перехода РК на рельсы «зеленой экономики». В рамках государственной политики по устойчивому разви-

тию экономики и актуализации проблем экологии торговые квоты на выбросы парниковых газов и различные мероприятия по сокращению выбросов вредных веществ в атмосферу стали называться одними из основных составляющих [2].

Теперь в Казахстане ожидаются качественные изменения в экологической ситуации, что возможно после проведения ряда мероприятий:

- пропагандирования экологической культуры для населения;
- применения и внедрения новых технологий добычи энергии, предусматривающих внедрение экологически безопасных технологий и возобновляемых источников энергии (ВИЭ);
- снижения уровня антропогенных выбросов парниковых газов;
- возможности использования международного опыта в области экологически безопасных технологий в секторе энергетики и по сокращению выбросов парниковых газов;
- привлечения инвестиций в сферу энергетики при реализации механизмов Киотского протокола, что позволит решить задачи по санации экологической обстановки, а также привлечению прогрессивных технологий, развитию альтернативных источников энергии;
- привлечения дополнительных средств и «зеленых инвестиций», которые будут вложены в новые экологически чистые и энергосберегающие технологии.

В связи с вышеизложенным, в настоящий момент особую актуальность приобретает изучение разумного использования механизмов низкоуглеродного развития в период пост-Киото, когда Казахстану вполне реально осуществлять природоохранные мероприятия на сумму, более чем в один миллиард долларов США ежегодно, за счет других государств от продажи квот, не говоря о доходах от альтернативных источников.

Библиографический список

1. Нурушев М.Ж., Байгенжин А.К., Нурушева А. Низкоуглеродное развитие и Киотский протокол: Казахстан, Россия, ЕС и позиция США (1992-2013 гг.): монография – Астана: Издательство ТОО «Жаркын Ко», 2013.
2. <http://www.eco.gov.kz/new2012/category/news/page/2/>

ББК 65.3

СОСТОЯНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

О.В. Асканова

Рубцовский индустриальный институт

Глубокое разрушение в последние два десятилетия накопленного в советский период научно-производственного потенциала страны особо остро ставит проблему безотлагательной модернизации российской экономики. Для специалистов совершенно понятно, что главным плацдармом модернизации экономики государства, придания ей инновационного характера является машиностроение, выступающее как системообразующая отрасль, определяющая уровень производственного и кадрового потенциалов любой страны, её обороноспособ-

ности, а также устойчивого функционирования всех других отраслей промышленности.

Машиностроительный сектор РФ во многом сформирован в советский период и неразрывно связан с ним. На протяжении всего этого периода темпы развития машиностроения опережали развитие промышленности в целом. Высокий прирост был характерен для отраслей, определяющих научно-технический прогресс, и в первую очередь станкостроения, приборостроения, электротехнической и электронной промышленности, авиакосмического производства.

Начавшаяся в 90-х годах прошлого столетия либерализация экономики оказала пагубное воздействие на весь машиностроительный сектор, обеспечив его деградацию. Несмотря на то, что официальная статистика, начиная с середины 2000-х годов (за исключением периода кризиса), рапортует о росте промышленного производства, в том числе и в машиностроении, многие специалисты отмечают, что машиностроительный сектор России практически находится в «руинах».

Ниже в таблице представлена динамика производства в различных сферах машиностроения по отношению к 1991 году.

Таблица 1

Индексы производства в машиностроении по видам экономической деятельности, % (за базу принят 1991 год) [14]

Вид экономической деятельности	1992	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Производство машин и оборудования	84,4	32,3	44,9	63,6	63,3	43,3	48,6	53,2	53,5
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	79,8	45,2	116,1	148,1	137,1	93,0	114,2	120,0	125,1
Производство транспортных средств и оборудования	85,3	53,1	52,7	59,4	59,7	37,6	49,6	61,7	69,6

Представленные данные иллюстрируют, что, хотя действительно с середины 2000 в среднем до 2008 года имела место стабильная динамика роста производства продукции машиностроения, только по производству электрооборудования, электронного и оптического оборудования в 2012 году был преодолен достигнутый в 1991 году уровень. Производство машин и оборудования в последнем из рассматриваемых периодов составляло немногим более 50% от показателя 1991 года, а производство транспортных средств и оборудования – около 70%.

Наряду с динамикой стоимостных показателей производства продукции машиностроения полезно рассмотреть независимые от стоимости индикаторы в натуральном выражении. Для машиностроения таким индикатором служит объём производства подшипников качения, использование которых широко

распространено во всех отраслях машиностроения. При этом «насыщенность» подшипниками всех видов продукции машиностроения мало меняется со временем и мало зависит от смены моделей. Поэтому объем производства подшипников в отечественном производстве коррелирует с объемом производства в машиностроении в целом. Ниже на рисунке отражены данные о производстве подшипников качения с 1990 по 2009 гг.

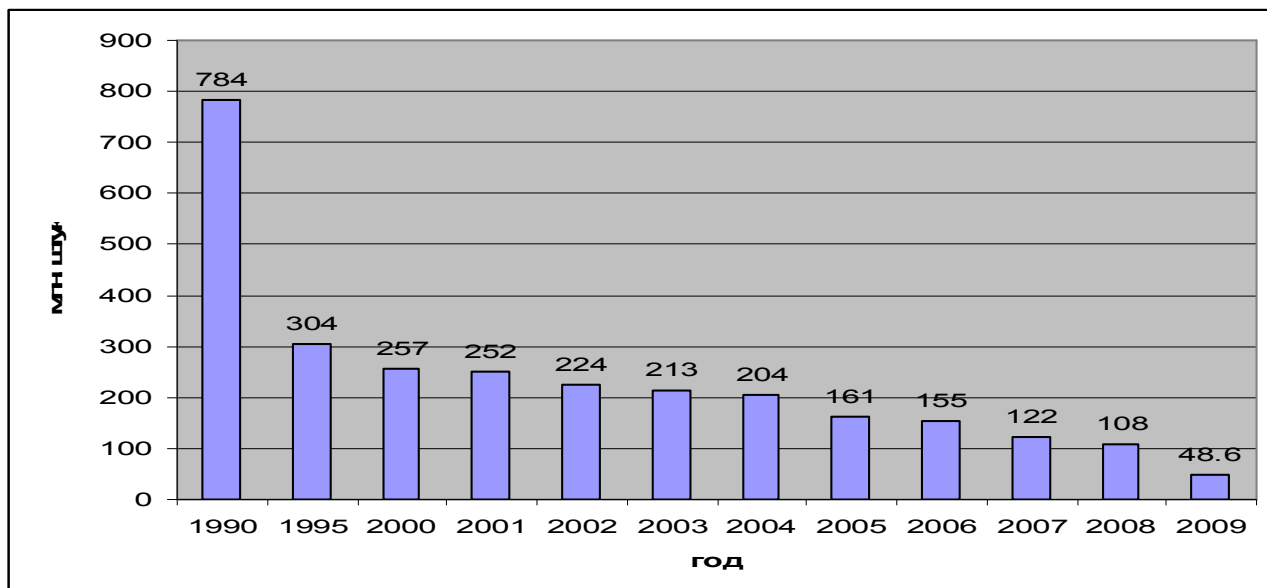


Рис. 1. Производство подшипников качения с 1990 по 2009 гг., млн. шт. [13]

Представленный рисунок демонстрирует, что в 2009 году выпуск подшипников качения составил чуть более 6% от уровня 1990 года, т.е. имело место падение объёмов производства в 16 раз. Поэтому есть смысл остановиться на других видах продукции машиностроения, рассмотреть динамику объёма их производства в натуральном выражении (таблица 2).

Таблица 2

Производство отдельных видов продукции машиностроения

Вид продукции	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 к 1990, %
Производство машин и оборудования											
Тракторы на колесном ходу, тыс. шт.	92,6	10,8	6,9	4,5	7,7	11,2	6,0	6,9	13,2	12,5	13,50
Тракторные плуги, тыс. шт.	85,7	4,0	2,8	2,4	2,1	3,0	1,5	Нет данных			
Культиваторы тракторные, тыс. шт.	101	2,0	4,7	8,8	8,2	7,3	3,9				
Сеялки тракторные, тыс. шт.	51,1	1,6	5,2	6,5	7,3	9,1	3,8				
Комбайны зерноуборочные, шт.	65	6241	5201	7479	7270	8059	6875	4300	6500	5800	8923
Кормоуборочные комбайны, шт.	10118	511	535	446	834	803	839	268	305	888	8,78
Металлорежущие станки, шт.	74171	18033	8885	4867	5104	4847	1882	2800	3300	3300	4,45
Деревообрабатывающие станки, шт.	25439	11192	10232	4489	5102	4130	1800	Нет данных			

Кузнечно-прессовые станки, шт.	27302	2184	1246	1533	2700	2747	1266	2218	2492	1951	7,15
Экскаваторы, шт.	23121	5234	3370	3565	6272	5506	1391	2100	2200	1900	8,22
Бульдозеры, шт.	14131	2404	3020	1774	3349	3139	721	911	1807	1381	9,77
Тракторы на гусеничном ходу, тыс. шт.	121	10,4	12,4	4,1	6,3	6,1	1,6	0,8	1,7	1,2	0,99
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования											
Электромашинные крупные, тыс. шт.	21,2	4,6	4,1	4,4	5,2	4,9	2,3	Нет данных			
Электродвигатели переменного тока с высокой осью вращения 63-355 мм, тыс. шт.	2000	450	598	742	903	579	269				
Трансформаторы силовые, млн. кВт	41,6	9,6	9,7	20,7	32,8	26,7	24,2				
Устройства радиоприёмные, тыс. шт.	5748	988	390	313	152	65,1	107				
Фотоаппараты, тыс. шт.	1856	296	137	17,0	1,4	2,7	2,2	2,6	2,0	0,8	0,04
Производство транспортных средств и оборудования											
Легковые автомобили, тыс. шт.	1103	835	969	1069	1294	1471	600	1210	1740	1972	178,8
Троллейбусы, шт.	2308	340	498	812	530	651	778	406	236	389	16,85
Автобусы, шт.	51,9	39,8	54,0	78,2	88,9	66,5	35,5	40,9	44,2	57,1	110,0
Грузовые автомобили, тыс. шт.	665	142	184	206	285	256	91,7	155	207	210	31,58
Вагоны пассажирские магистральные, шт.	1225	489	802	1221	1823	2143	1399	1234	1180	891	72,73
Вагоны грузовые магистральные, шт.	25,1	7,1	4,0	35,2	38,6	42,7	23,4	50,5	62,9	71,2	283,7

Примечание: данные с 1990 по 2009 гг. – источник [13], данные за 2010-2012 гг. – источник [14].

Как видно из таблицы, имеет место катастрофическое падение физических объёмов производства по подавляющему большинству видов продукции машиностроения, в стране практически перестали выпускаться некоторые виды машин и оборудования. Так, например, тракторов на гусеничном ходу в 2012 году произведено лишь 1200 шт., что составляет менее 1% от объёмов производства 1990 года, выпуск металлорежущих станков составил немногим более 4% от уровня 1990 года.

Произошедшие за период с 1990 года изменения нельзя интерпретировать не иначе, как развал машиностроения России, масштаб которого невозможно объяснить никакими причинами на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. Следует отметить, что размеры падения экономики России несопоставимы даже с военным временем. Так, В.М. Симчера и Н.П.Федоренко, исследовавшие валовое промышленное производство в России за 100 лет в разрезе десятилетних интервалов, указывают, что падение производства с 1991 по 2000 год составило 43,1% при среднегодовом приросте в XX веке на уровне 10,5%. Для сравнения: прирост валового промышленного производства в переломное для истории страны десятилетие 1941-50 гг. составил 72,4% [17]. Ещё более удручающую информацию приводит лауреат Нобелевской премии Дж. Стиглиц, отмечающий, что в период 1940-46 гг. объёмы промышленного производства в

Советском Союзе упали на 24%, тогда как в период 1990-99 гг. – почти на 60% [по 10].

Стоит отметить, что уже в 90-е годы видные отечественные и зарубежные экономисты неоднократно высказывались в прессе и обращались с открытыми письмами к Президенту и Правительству РФ, указывая на ошибочность проводимого ими курса и его неизбежные разрушительные социально-экономические последствия. Так, профессор Новой школы социальных исследований (США) Л. Тэйлор отмечал, что лежащий в основе российской макроэкономической политики принцип, отвергающий вмешательство государства в рыночные процессы и провозглашающий энергичное осуществление внутренней и внешнеторговой либерализации, не находит исторического подтверждения [21]. По мнению профессора экономики и политологии Калифорнийского университета М. Интрилигейтора, попытка России совершить переход к рыночной экономике потерпела «шокирующий провал» [9]. Профессор Колумбийского университета Джозеф Стиглиц, активно критиковавший в 90-е годы ход российских реформ, видел неудачу их проводников в непонимании современного капитализма, зависимости от чересчур упрощенных моделей рыночной экономики, заимствованных из учебников [20]. Джеффри Сакс, являвшийся советником Е. Гайдара и, по сути, вдохновителем проводимых реформ, вынес им следующий вердикт: «... это злостная, предумышленная, хорошо продуманная акция, имеющая своей целью широкомасштабное перераспределение богатства в интересах узкого круга людей» [16].

Однако многочисленные мнения специалистов о несоответствии достаточно высокому уровню индустриального развития страны реализуемой государством политики, которая чревата стагнацией или коллапсом производства, деиндустриализацией, оставались без внимания.

Анализируя с сегодняшней позиции реализуемый с начала 90-х курс властей, видный российский экономист С.Ю. Глазьев [4] выделяет несколько действий, приведших, в конечном счёта, к деградации и разрушению промышленности и машиностроения, в частности:

1. Рекомендации предприятиям (носящие по сути принудительный характер) не заключать договоры на следующий цикл планирования, что вылилось в разрыв хозяйственных связей.

2. Заявления о предстоящей либерализации, что побудило предприятия перестраховываться, повышая цены на свою продукцию, последовательно перекладывая это повышение на следующий технологический передел. Результатом стало то, что впоследствии назвали инфляцией издержек – инфляция, генерируемая самой процедурой ценообразования по жестким технологическим монополизированным цепочкам. И российская экономика тут же столкнулась с инфляционным шоком, который наложился на дезорганизацию всех кооперационных связей.

3. Приватизация предприятий, функционирующих в рамках единых интегрированных структур производственных (научно-производственных) объединений, как самостоятельных юридических лиц, что обусловило дезинтеграцию производственно-технологической кооперации. Именно такая модель привати-

зации, по мнению С.Ю. Глазьева [4], разрушила наше машиностроение. При этом пострадали не только непосредственно производители, но и прикладные НИИ, конструкторские бюро и др. связанные с ними субъекты. С.Ю. Глазьев уверен, что, «если бы приватизация шла не путем дробления предприятий на мелкие производственно-хозяйственные единицы, а путем выращивания крупных технологически сопряженных корпораций, способных самостоятельно конкурировать на мировом рынке, результат был бы совсем другой» [там же].

4. Игнорирование взаимосвязи денежно-кредитной политики с производственной сферой, что вылилось в борьбу с инфляцией исключительно путём сжатия денежной массы [6]. В результате уровень монетизации российской экономики (отношение денежного агрегата М2 к ВВП) обвалился с 98% в 1990 г. до 12% в 1998 г., возросла доля разного рода квазиденег и денежных суррогатов (бартер, взаимозачёты, векселя и т.д.) в товарно-денежных отношениях, достигнув 80-85% [8]. Закономерным следствием такой политики стало не столько снижение инфляции, сколько катастрофическое падение промышленного производства.

Все вышеотмеченные меры обернулись для большинства отечественных машиностроительных предприятий крахом, поскольку в ситуации хаоса смогли выжить самые примитивные производства.

Не способствовали развитию машиностроительного сектора страны и реализуемые, начиная с 2000-х годов, управленческие императивы и подходы, несмотря на всю риторику о необходимости модернизации, реиндустриализации и т.п. Сегодня негативное воздействие государства на реальный сектор экономики страны, в том числе и на машиностроительный комплекс, проявляется через различные инструменты, основными из которых, на наш взгляд, являются:

- денежно-кредитная политика, неадекватность которой сдерживает экономический рост в реальном секторе экономики;
- антимонопольные меры, неэффективность которых существенно завышает затраты промышленных предприятий, делая их продукцию неконкурентоспособной;
- налоговая политика, нерациональность которой делает налоговую нагрузку российского реального сектора несопоставимой со многими странами;
- присоединение России к Всемирной торговой организации (ВТО) на заведомо невыгодных для отечественных производителей условиях в ситуации хронической неконкурентоспособности экономики, дезинтеграции народного хозяйства.

Здесь же считаем необходимым более подробно остановиться на парадоксах реализуемой в России *денежно-кредитной политики*, которые достаточно подробно были освещены ещё в середине 2000-х академиком С.Ю. Глазьевым в вызвавшей живое обсуждение статье «Кудрявая экономика» [3]. В данной работе автор указывает, что российскими денежными властями осуществляется неадекватная денежно-кредитная политика количественного ограничения денежного предложения, которая базируется на крайне примитивной концепции вульгарного монетаризма [там же]. В соответствии с данной концепцией расчёт денежной массы в экономике производится исходя из линейной зависимости

между приростом денег и темпом инфляции, которая, по мнению многих специалистов, имеет мало общего с реальными закономерностями денежного обращения. Известный французский экономист Жак Сапира в этой связи отмечает: «Монетаристская парадигма — это теоретическая конструкция, некое идеальное приближение реального мира, которое никогда не достигается в реальности... Российский Минфин находится в плену сугубо монетаристских представлений об экономике, не имеющих ничего общего с действительностью даже в развитых странах Запада, не говоря уже о России» [15]. Действительно, имеются многочисленные исследования, доказывающие, что между приростом денег и темпом инфляции нет никакой статистически значимой корреляции, существует ничего не объясняющая автокорреляция.

Основным негативным последствием реализуемой денежно-кредитной политики для отечественного машиностроительного сектора является дефицит оборотных средств и низкий уровень инвестиционной активности, обусловленные ограниченным доступом предприятий к денежным ресурсам вследствие недостаточного уровня монетизации российской экономики. На данный факт уже на протяжении достаточно длительного времени указывают многие экономисты. В связи с этим даже появился такой термин, как «демонетизация». Как отмечает профессор С.С. Сулакшин [11], в России беспрецедентный на фоне других стран мира уровень демонетизации экономики. В.С. Жуковский по данному поводу отмечает, что Россия «по показателю монетизации экономики в 2 раза уступает странам Еврозоны (85% ВВП), СССР (95-100%), а также динамично развивающимся «азиатским тиграм» (140-210% ВВП)» [8]. И это при том, что за период 2000-2012 гг. показатель монетизации российской экономики возрос в 3,5 раза, достигнув 42% (рисунок 2).

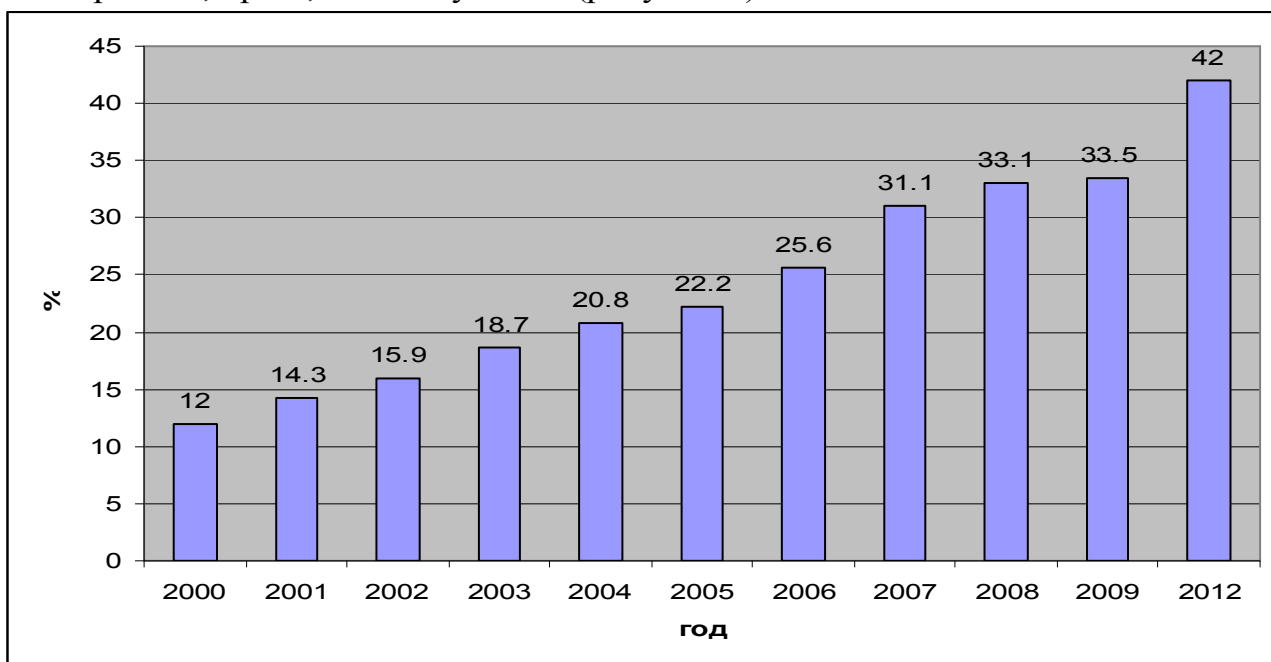


Рис. 2. Изменение уровня монетизации российской экономики в 2000-2012 гг. [22]

Для сравнения ниже в таблице представлены показатели монетизации экономики в докризисный период в различных странах.

Таблица 3

Уровень монетизации экономики различных стран, % [22]

Год	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Япония	242	225	208	210	208	207	204	201
Китай	124	128	136	143	142	143	148	148
Канада	71	114	153	148	143	145	153	144
США	69	72	74	74	73	73	75	79
Индия	52	55	59	60	61	62	64	68
Бразилия	43	45	44	44	46	50	54	59
ЮАР	52	53	52	53	54	56	60	63

Приведённые данные служат подтверждением того, что на протяжении всего рассматриваемого периода реальный сектор экономики страны испытывал недостаток денежных средств. В предкризисный период уровень монетизации российской экономики уступал не только Китаю или Японии, но и Бразилии, Индии и ЮАР, обеспеченность экономик которых денежной массой в 2 раза превышала российские показатели. Несмотря на то, что с 2007 года денежная база экономики России в процентах к ВВП возросла на 35%, это никак не соответствует той агрессивной экспансионистской монетарной политике крупнейших Центробанков мира, которые приступили к беспрецедентной эмиссионной накачке финансовой системы, монетизации государственного и корпоративного долга, скрытому кредитованию бюджетных дефицитов [7].

Таким образом, низкий уровень монетизации экономики является одним из важнейших экзогенных параметров, тормозящих развитие отечественного машиностроительного сектора. Это подтверждается многочисленными научными исследованиями, показывающими наличие устойчивой связи между коэффициентом монетизации и уровнем развития экономической системы. Поэтому неудивительно, что машиностроительная отрасль России находится в тяжёлом состоянии и продолжает деградировать.

Для сложившейся в России в результате монетаристской политики финансовой системы характерно не только сжатие денежной базы путём её стерилизации в суверенных фондах, но и завышение процентных ставок, что фактически отрезает предприятия большинства отраслей реального сектора экономики от доступа к кредитам и сдерживает их рост. Мировой опыт демонстрирует, что успех или то, что принято называть «экономическим чудом», во многих странах стали возможными благодаря организации государством дешёвых кредитных ресурсов.

Стоимость кредитов на внутреннем рынке, как известно, определяется ставкой рефинансирования, размер которой в России по сравнению с развиты-

ми странами довольно высок. В таблице 4 представлено изменение ставки рефинансирования ЦБ РФ в период с 2000 по 2012 гг.

Таблица 4

Ставка рефинансирования в России по состоянию на конец года, % [19]

Год	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ставка рефинансирования, %	25,0	25,0	21,0	16,0	13,0	12,0	11,0	10,0	13,0	8,75	7,75	8,0	8,25

Как отмечает С.С. Сулакшин [11], ЦБ РФ выбрал удивительную политику в части установления ставки рефинансирования, которая отличается от политик всех сопоставимых стран мира. Для сравнения, в Японии ставка рефинансирования долгое время была равна нулю, а сейчас составляет около 0,1%. В США в течение продолжительного периода ставка рефинансирования держится на уровне 0,25%, в Европе – на уровне 0,75% годовых [18]. В России же, несмотря на снижение ставки рефинансирования ЦБ РФ с 2000 года, её размер удерживается на достаточно высоком уровне, превышающем рентабельность многих секторов экономики. Ниже в таблице показана рентабельность продаж в машиностроении в разрезе видов экономической деятельности.

Таблица 5

Рентабельность продаж в машиностроении в разрезе видов экономической деятельности, % [14]

Вид экономической деятельности	2003	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Производство машин и оборудования	5,8	8,2	8,8	8,2	6,9	6,6	7,7
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	8,3	8,4	8,7	7,8	9,1	9,1	8,1
Производство транспортных средств и оборудования	9,8	6,9	4,1	1,5	4,8	5,5	6,0

Сопоставление информации таблиц 4 и 5 позволяет утверждать, что во все рассматриваемые периоды для всех сфер машиностроения кредиты на внутреннем рынке были недоступны из-за их дороговизны. Для сравнения, средняя годовая ставка по кредитам коммерческих банков в России в 2012 году составила 11,75%, тогда как в Канаде за тот же период – 2,3% [2]. Естественно, что завышение стоимости кредитных ресурсов блокирует развитие реального сектора экономики, в том числе машиностроения.

В структуре источников финансирования капиталовложений российских предприятий доля банковских кредитов остается по сравнению с развитыми странами незначительной – 8-10%. Для сравнения, в США этот показатель составляет 40%, в ЕС – в среднем 42-45%, в Японии – 65% [5]. Результатом этого является низкое состояние материально-технической базы во многих сферах обрабатывающей промышленности. Так, в машиностроении степень физического износа основных фондов колеблется в диапазоне от 40 до 50%, основное технологическое оборудование морально изношено на 90%, порядка 20% ос-

новых фондов подлежит немедленному списанию в силу своей абсолютной изношенности [1].

Таким образом, именно реализуемая денежно-кредитная политика лишает машиностроительные предприятия возможностей развития, не допуская «живительный поток кредитов» до реального сектора [3].

В этой связи всё большая часть специалистов полагает, что решить задачу подъёма отечественного машиностроения, модернизации российской экономики возможно только путём смены экономической модели 1990 и 2000 гг. на другую, более успешную. В частности, в докладе «Мировой финансовый и экономический кризис: причины, развитие (прогноз), оценка мер», подготовленном в 2009 году [12], (материалы данного доклада были доступны Совету безопасности России и передавались Президенту России) в качестве важнейшей меры отмечается смена денежно-кредитной политики государства, «которая разработана американскими специалистами в 90-е годы на основе интересов и в контексте стратегий США и западного альянса и проводится в России до сих пор, на ориентированную на национальную безопасность и минимизацию кризисной уязвимости российской финансовой и экономической системы».

Библиографический список

1. Асканова О.В., Карпенко А.В. Анализ конкурентоспособности машиностроительного комплекса России в посткризисный период // Актуальные проблемы экономики и права. – 2011. – №3. – С. 50–55.
2. Бабкин К.А. Почему тракторный завод останется в Канаде [Электронный ресурс]. URL: <http://babkin-k.livejournal.com/182898.html> (дата обращения 15.01.2014).
3. Глазьев С.Ю. Кудрявая экономика // Официальный сайт С.Ю. Глазьева [Электронный ресурс]. URL: http://www.glazev.ru/econom_polit/288 (дата обращения 17.01.2014).
4. Глазьев С.Ю. Либеральные реформы в России: правда и вымысел. Препринт WP11/2006/04. – М.: ГУ ВШЭ, 2006 – 28 с.
5. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. – М.: Экономика, 2010. – 255 с.
6. Глазьев С.Ю. Центральный банк против промышленности России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kuchaknig.ru> (дата обращения 11.01.2014).
7. Жуковский В.С. Недостижимая «маниловщина» правительства // Наше дело [Электронный ресурс]. URL: <http://reosh.ru> (дата обращения 07.02.2014).
8. Жуковский В.С. Финансовый геноцид Кудрина // Институт высокого коммунитаризма [Электронный ресурс]. URL: <http://communitarian.ru/publikacii/finansii> (дата обращения 25.01.2014).
9. Интрилигейтор М. Шокирующий провал «шоковой терапии» // Реформы глазами американских и российских ученых. – М.: Фонд «За экономическую грамотность», 1996. – С. 128-136.
10. Калабеков И. Российские реформы в цифрах и фактах (справочное издание). – М.: Русаки, 2007. – 288 с.

11. Критерии и основания модернизации России (доклад) // Центр научной политической мысли и идеологии С.С. Сулакшина [Электронный ресурс]. URL: <http://rusrand.ru> (дата обращения 16.02.2014).
12. Мировой финансовый и экономический кризис: причины, развитие (прогноз), оценка мер (доклад) // Центр научной политической мысли и идеологии С.С. Сулакшина [Электронный ресурс]. URL: <http://rusrand.ru> (дата обращения 19.01.2014).
13. Производство машин и оборудования [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/prom/natura/natura38g.htm (дата обращения 20.02.2014).
14. Россия в цифрах-2013 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 22.02.2014).
15. Сапира Ж. Забудьте Милтона Фридмана // Эксперт. – 2006. – №10(504) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.r-reforms.ru/sapir-milton.htm> (дата обращения 28.01.2014).
16. Сборник энциклопедий [Электронный ресурс]. URL: <http://omop.su/article/47/37694.html> (дата обращения 01.03.2014).
17. Симчера В.М., Федоренко Н.П. Промышленное производство России за 100 лет // Россия в окружающем мире (аналитический ежегодник). – М.: Изд-во МНЭПУ, 2002. – С. 39-54.
18. Ставка рефинансирования на сегодня: Чему равна? // FinRussia – Портал о финансовых услугах [Электронный ресурс]. URL: <http://finrussia.ru/news/show/stavka-refinansirovaniya-segodnya> (дата обращения 25.02.2014).
19. Ставка рефинансирования ЦБ РФ на сегодня и за все годы (с 1992 по 2013 год) // Сайт банкирша. com. [Электронный ресурс]. URL: <http://bankirsha.com/all-rates-of-refunding-of-the-central-bank-with-1992.htm> (дата обращения 25.02.2014).
20. Стиглиц Дж. Куда ведут реформы?// Вопросы экономики. – 1999. – №7.
21. Тэйлор Л. Первые годы переходного периода // Реформы глазами американских и российских ученых. – М., Фонд «За экономическую грамотность», 1996. – С. 87-98.
22. Царихин К. Влияние денежной массы и уровня монетизации на фондовые индексы и котировки валют // Всё о финансовых рынках [Электронный ресурс]. URL: <http://www.spekulant.ru> (дата обращения 19.02.2014).

ББК (УДК) 339.942

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ВКО

*М.М. Алибаева, Г.А. Орынбекова, М.К.Толымгожинова, Л.З.Паримбекова,
Государственный Университет имени Шакарима города Семей,
Республика Казахстан*

Развитие приграничных регионов имеет большое значение в сохранении территориальной целостности страны и безопасности границы.

Поэтому развитие функций экономического, технологического и культурного характера должно стать одним из необходимых факторов развития приграничных районов. Опыт регионов приграничного пояса большинства стран показывает, что чем выше уровень социально-экономического развития данных регионов, тем сильнее факторы безопасности на границе. На пленарной сессии IX Форума межрегионального сотрудничества Казахстана и России Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев отметил: «В XXI веке магистральным направлением нашего партнерства должна стать интеграция во всех трех элементах «треугольника знаний» – образовании, исследованиях и инновациях»[1].

На долю приграничных государств приходится около 40% всего товарооборота Казахстана, при этом численность населения, проживающего в приграничных районах, составляет около 1/3 всего населения республики. В приграничных областях сосредоточен практически весь обрабатывающий сектор экономики. Приграничное сотрудничество в настоящее время осуществляется на основе подписанных многосторонних и двухсторонних документов.

Одним из самых крупных приграничных регионов республики является Восточно-Казахстанская область, которая занимает территорию в 283,3 тыс. кв. км., граничит на севере с Алтайским краем Российской Федерации, на востоке и юго-востоке – с Китайской Народной Республикой. В приграничном сотрудничестве принимают активное участие органы власти субъектов РК и местного самоуправления на основе договоров с аналогичными территориальными органами власти соседних стран. Сферой сотрудничества являются транспорт и торговля, экология, образование, культура, информация, новые технологии.

Внешнеторговый оборот Восточно-Казахстанской области, как экономический показатель, равен сумме стоимостей экспорта и импорта, измеряется в денежном выражении и характеризует объём внешней торговли региона за определенный период времени: месяц, квартал, год. Рассмотрим изменение внешнеторгового оборота области по итогам 2012 года в сравнении с 2011 годом.

Превалирование в структуре товарооборота минеральных ресурсов объясняется спецификой региона, недра которой богаты большим содержанием полиметаллических руд. В целом сальдо торгового баланса в регионе положительно за счет экспорта таких позиций, как: «Металлы и изделия из них», «Химическая продукция, пластмассы и каучук». Продукция сельского хозяйства представлена в статье «продовольственные товары», экспорт которого составляет 3%, а импорт – 6%. Таким образом, следует отметить, что в области продукция агропромышленного комплекса во внешнеэкономическом обороте представлена в меньшей степени, и пути повышения сельскохозяйственной продукции в статье экспорта являются приоритетными для региона.

По данным Управления экономики и бюджетного планирования ВКО, внешнеторговый оборот региона за 2012 год сложился в объеме 4868 млн. долларов США, что в 1,3 раза больше по сравнению с соответствующим периодом 2011 года, в том числе экспорт – 3831,1 млн. долларов США с ростом в 1,3 раза, на что оказало влияние развитие производства товаров, экспортируемых нашей областью и рост конкурентоспособности, импорт – 1037,7 млн. долларов

США с ростом в 1,5 раза. Структура импорта региона представлена на рисунке 1.

Структура импорта в разрезе укрупненных товарных групп (2012 год), %

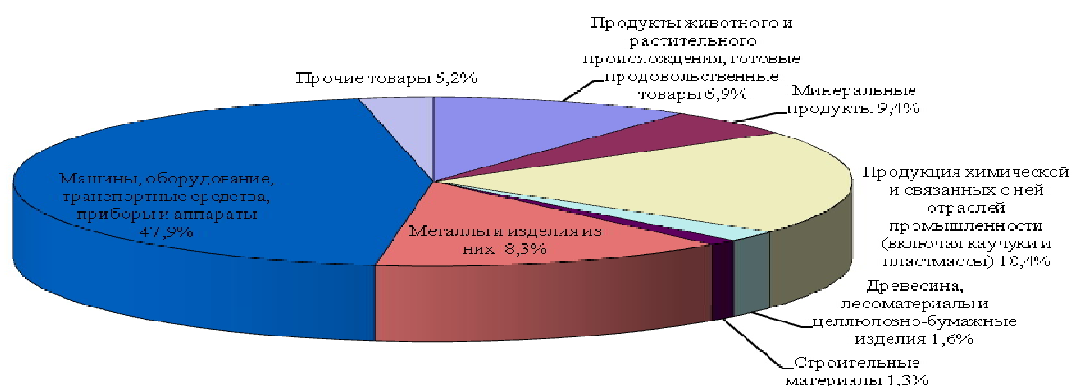


Рис.1. Структура импорта ВКО в разрезе укрупненных товарных групп

В товарной структуре импорта наибольшую долю составляют машины, оборудование, транспортные средства (47,9%), минеральные продукты – 9,4%, металлы и изделия. Рост импорта обеспечен ростом промышленного производства, который состоялся за счет строительства новых производств и модернизации действующих в рамках Государственной программы форсированного индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2010-2014 годы. Сальдо положительное – 2793,4 млн. долларов США [2].

В товарной структуре экспорта наибольшую долю составляют металлы и изделия из них (61%), минеральные продукты (8,7%) – это товары традиционного экспорта области (рис.2).

Структура экспорта в разрезе укрупненных товарных групп (за 2012 год), %

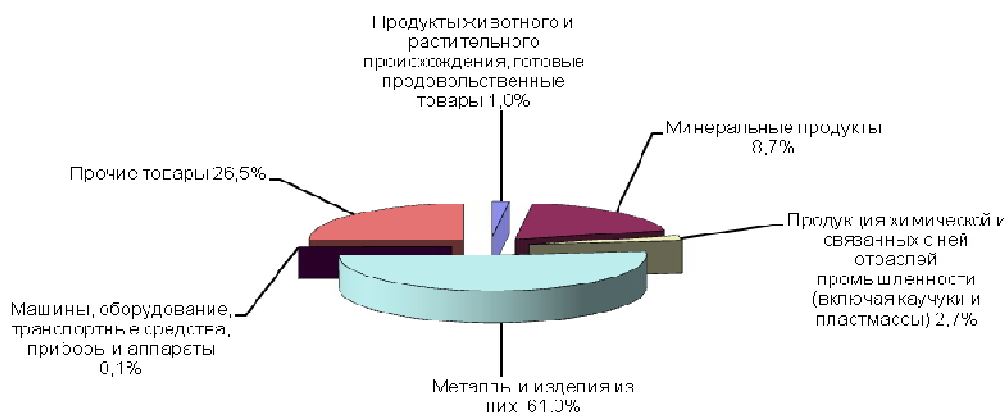


Рис. 2. Структура экспорта ВКО в разрезе укрупненных товарных групп

Среди регионов РФ одним из наиболее крупных торговых партнеров Восточно-Казахстанской области является Алтайский край, который имеет много общего с нашим регионом: большая территория, схожие природно-климатические условия, наличие природных ископаемых, удаленность от морских путей сообщения, огромный незадействованный потенциал сельского хозяйства в экономике регионов, перспективы развития машиностроения.

Казахстан по объему товарооборота традиционно стабильно является основным внешнеторговым партнером Алтайского края. Доля Казахстана во внешней торговле края в 2010 году составила 31,4% (табл. 1).

Таблица 1

Динамика товарооборота Республики Казахстан с Алтайским краем
РФ за 2006-2012 годы

Показатель	2006 год	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год	2012 год
Товарооборот, тыс. долл. США	380 429,6	443 835,1	560 618,4	353 719,0	508 578,7	389 124,0
Экспорт, тыс. долл. США	218 157,8	299 698,8	396 408,9	241 493,9	396 340,0	307 119,7
Импорт, тыс. долл. США	162 271,8	144 136,3	164 209,5	112 225,1	112 238,7	82 004,3

Товарооборот Алтайского края с Республикой Казахстан за 10 месяцев 2012 года составил 389,1 млн. долл. США. По оценочным данным, доля Казахстана в общем внешнеторговом товарообороте Алтайского края составила порядка 40%. По итогам рассматриваемого периода в Казахстан было экспортировано алтайской продукции на 307,1 млн. долл. США (по оценочным данным, около половины от общего объема экспорта). Показатели импорта товаров из Казахстана в край составили 82 млн. долл. США (по оценочным данным, порядка 20% от общего объема импорта).

К основным статьям экспорта Алтайского края в Казахстан относятся (указаны в порядке убывания стоимостных объемов поставок): ж/д вагоны, запчасти к ним и путевое оборудование, котельное оборудование и его части, древесина и изделия из нее, резиновые изделия: шины, трубы, ремни и т.д., изделия из черных металлов и др.

Из Казахстана в край импортируются (указаны в порядке убывания стоимостных объемов поставок): уголь (разные виды), металлопрокат, оборудование, сера, упаковка и отделочные материалы. Количество алтайских предприятий, сотрудничающих с Казахстаном, постоянно увеличивается, в том числе в рамках выполнения заключенных Соглашений.

Алтайские производители энергетического оборудования (ОАО «Сибэнергомаш» и ОАО «Бийский котельный завод») активно участвуют в реконструкции ТЭЦ Казахстана. ОАО «Алтайский трансформаторный завод» экспортирует в Республику Казахстан распределительные масляные трансформаторы общепромышленного назначения и комплектные трансформаторные подстанции. Ведущие металлургические предприятия приграничных областей Казахстана – АО «Казцинк» и ТОО «Восток-Универсал» (г. Усть-Каменогорск) – являются

крупными потребителями коксохимической продукции производства ОАО «Алтай-Кокс».

Продолжается сотрудничество ОАО «Михайловский завод химических реактивов» с предприятиями приграничного Восточного Казахстана по поставке химических реактивов и фармацевтических субстанций для предприятий химической и горнорудной промышленности. ОАО ПО «Алтайский шинный комбинат» регулярно осуществляет поставки автомобильных шин, камер и ободных лент в адрес предприятий Восточно-Казахстанской области. ФКП «Бийский-леумный завод» на регулярной основе поставляет в адрес казахстанских предприятий серную кислоту, растворители. ОАО ХК «СДС-Маш» реализует продукцию ОАО «Алтайвагон» на предприятия Восточно-Казахстанской области, в том числе запасные части и узлы к ж/д вагонам, крытые вагоны, платформы. Структурные подразделения ОАО «ХК «Барнаульский станкостроительный завод» в адрес казахстанских потребителей поставляют спортивно-охотничьи патроны (ЗАО «Барнаульский патронный завод»), цепи промышленные (ЗАО «Станко-цепь»), тали электрические (ЗАО «Алтайтал Холдинг»), теплообменники (ООО «Термоблок»). ООО «Алтай-Форест» экспортирует пиломатериал обрезной, погонажные изделия и топливные гранулы (пеллеты). ЗАО «Источник плюс» активно сотрудничает с предприятиями Республики Казахстан и поставляет средства пожаротушения в 12 областных центров РК. Продукты неорганической химии (соль, сера, известь) в Казахстан реализует ОАО «Каучук-сульфат».

Развивается сотрудничество в области сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности. Алтайским НИИ сельского хозяйства, Алтайским научно-исследовательским институтом садоводства Сибири им. М.А. Лисавенко и ГНУ «Западно-Сибирской овощной станции Россельхозакадемии» осуществляется широкий обмен перспективным селекционным материалом с НИИ сельского хозяйства Казахстана. В крестьянские хозяйства Республики Казахстан поставляется посадочный материал плодовых, ягодных, цветочных культур, а также племенной крупный рогатый скот (красная степная порода, казахская белоголовая порода, лошади орловской и новоалтайской пород).

Анализ динамики и оценка характера развития приграничного сотрудничества между регионами убедительно показали значительные позитивные достижения в приграничной сфере. Одна треть товарооборота края приходится на Казахстан. На долю приграничных регионов приходится около 70 процентов товарооборота между странами. С каждым годом товарооборот неизменно растет благодаря инфраструктуре приграничного взаимодействия. В Восточном Казахстане действует более 250 совместных с РФ предприятий и шесть районов непосредственно граничат с Россией. Создание Таможенного союза и формирование Единого экономического пространства вывели приграничные контакты на качественно новый уровень. Так, по итогам прошлого года, рост товарооборота Восточного Казахстана с Россией вырос в 3,4 раза и составил 1,3 млрд долларов США, при этом 41 процент приходится на долю Алтайского края.

Экономики Восточно-Казахстанской области и Алтайского края схожи по своей структуре, но имеют специфические черты по специализации. К основным статьям экспорта из области в Алтайский край относятся: продукция цветной металлургии, оборудование и инструмент для обработки грунта и бурения скальных пород, продовольственные товары (овощи, фрукты, пшеница). К крупным предприятиям-экспортерам относятся: ТОО «Каполиграф», АО «Семей комир», АО «Казцинк», АО УК «Конденсаторный завод». А из Алтайского края область получает: древесину и изделия из неё, ж/д вагоны, котельное оборудование и его части, пищевые продукты, шины резиновые, изделия из чёрных металлов др. Наиболее крупные предприятия – импортеры области: АО «УМЗ», АО «Казцинк» АО «Бипек Авто», филиал корпорации «Казахмыс», Востокказмедь». Количество предприятий, сотрудничающих с Алтайским краем, постоянно увеличивается.

Восточный Казахстан и Алтайский край – это стратегические партнеры, которые ставят перед собой очень похожие цели: переход к «экономике знаний», кардинальное повышение конкурентоспособности экономики, которое выражается не только в высоких темпах экономического роста, но и в достойном уровне и качестве жизни населения. Единое экономическое пространство придаст новый импульс интеграции, сближению экономик этих регионов, росту благосостояния населения.

Взаимная торговля области с Россией за 4 месяца текущего года составила 486,2 млн. долл. США, что в 1,4 раза больше по сравнению с соответствующим периодом 2012 года. Казахстанский экспорт в Россию сократился на 8,3% и составил 62,2 млн. долларов США, а импорт увеличился в 1,5 раза и в суммарном выражении составил 424 млн. долл. США. Сальдо – отрицательное 361,8 млн. долл. США. Лидирующее положение в структуре экспорта принадлежит машинам, оборудованию и механизмам, недрагоценным металлам и изделиям из них, минеральным продуктам. В структуре импорта из России лидируют минеральные продукты, средства наземного транспорта, летательные аппараты, плавучие средства, недрагоценные металлы и изделия, машины, оборудование, транспортные средства, приборы и аппараты, пластмассы и изделия из них, каучук, резина и изделия из них. Товарооборот Восточно-Казахстанской области с Польшей за 6 месяцев 2013 года составил 5,3 млн. долл. США (0,3% от общего объема внешнеторгового оборота области за указанный период) со снижением на 33,7% к соответствующему периоду 2012 года.

Экспорт составил 0,8 млн. долл. США (0,1% от общего объема экспортных поставок области за указанный период) с ростом на 14,3%, импорт – 4,5 млн. долларов США (0,7% от общего объема импортных поступлений области) со снижением на 39,2% к соответствующему периоду 2012 года.

Сальдо отрицательное – 3,7 млн. долл. США. Основной объем в экспорте в Польшу занимают отходы и лом черных металлов, слитки переплавки. Наибольший объем в импорте из Польши занимают бульдозеры самоходные, оборудование для сельского хозяйства, мебель.

Наряду с позитивными факторами имеются и проблемы, которые негативно отражаются на темпах развития взаимовыгодного сотрудничества, это:

- различия в нормативно-правовых и организационных вопросах обоих государств, непосредственно связанных со статусом приграничных территорий;
- различия в уровне жизни, занятости и темпах экономического развития;
- неравномерная вовлеченность приграничных регионов двух стран в систему приграничного сотрудничества;
- слабая организация работы по уточнению направлений приграничного сотрудничества на основе много- и двусторонних переговоров с сопредельными государствами;
- отсутствие систематизации в разработке и реализации региональных целевых программ поддержки развития приграничных территорий, приграничной торговли и сотрудничества с сопредельными государствами в условиях формирования единого экономического пространства.

Несмотря на участие субъектов нашего региона в международных и внешнеэкономических связях, а также механизма их координации, все же следует отметить, что регулирование, осуществляемое в такой важной сфере, как приграничное сотрудничество, носит схематичный характер. Нормативно-правовую базу, регулирующую основные сферы сотрудничества области с приграничными областями, составляют соглашения, которые предусматривают развитие взаимовыгодных торгово-экономических связей, создание совместных предприятий, организацию выставок, ярмарок, развитие региональной инфраструктуры, оздоровление окружающей среды, сотрудничество в областях здравоохранения, образования, науки и техники. Наряду с этим действуют соглашения, меморандумы между организациями, учреждениями различных отраслей экономики и социальной сферы. Развитию взаимовыгодного сотрудничества способствуют ежегодные Форумы межрегионального сотрудничества России и Казахстана, которые проводятся с 2003 года. Для более эффективного и долгосрочного сотрудничества, на наш взгляд, необходимо принятие программы по развитию приграничных территорий на государственном уровне.

Одним из основных приоритетов экономической интеграции Восточного Казахстана и Алтайского края является развитие АПК, темпы роста которого как в области, так и в крае невысоки. Во многом это связано с изношенностью материально-технической базы сельского хозяйства, неразвитостью инновационной экосреды. Диверсификацию экономики области следует начинать с сельского хозяйства. Это не только решит проблему продовольственной безопасности региона, но и повлечет за собой развитие таких отраслей, как машиностроение, легкой, текстильной, пищевой и др. Лишь при создании благоприятных политических, экономических условий возникают предпосылки для широкого использования инновационного потенциала приграничных территорий. В связи с этим приграничные территории способны использовать преимущества своего положения для создания точек экономического роста вдоль линии границы: создание рабочих мест, сокращение безработицы, насыщение регионального рынка, снижение цен, повышение конкурентоспособности производства, наращивание валового регионального продукта и повышение уровня жизни населения [3].

Таким образом, вышеизложенное позволяет сделать выводы, что приграничные территории в настоящее время имеют всевозрастающее значение для социально-экономического развития регионов. В перспективе они должны стать «локомотивами роста», и именно в них должны быть аккумулированы значительные материальные, финансовые и интеллектуальные ресурсы, способные обеспечить эффективное выстраивание стратегии приграничного сотрудничества. Это обеспечит формирование устойчивой предпринимательской и инновационной экосреды по всему периметру границ приграничной территории. В современных условиях будет подписан новый План мероприятий на 2014-2015 годы в области сотрудничества приграничных регионов, а именно Алтайский край и Восточно-Казахстанская область определяют новые направления в сфере торгово-экономического, научно-технического и культурного сотрудничества.

Библиографический список

1. Назарбаев Н.А. Материалы пленарной сессии IX Форума межрегионального сотрудничества Казахстана и России, 2012 г.
2. Управление статистики. Усть-Каменогорск, 2012 г.
3. /<http://agro.vko.gov.kz/ru/news>.

УДК 338(100–87

ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Б.М. Баядилова, Г.Т. Самиева, А.С. Темиргалиева

Государственный университет имени Шакарима город Семей

Развитие малого и среднего бизнеса (далее – МСБ) – основа экономики любой страны. Без развитого МСБ сложно говорить о стабильности государств. Вследствие этого МСБ был определен в Республике Казахстан как важнейший сектор экономики. Всесторонняя поддержка МСБ всегда была приоритетом государственной политики.

На сегодняшний день Правительство Казахстана оказывает комплексную государственную поддержку данному сектору. С каждым годом роль малого предпринимательства усиливается. МСБ создает новые рабочие места, способствует внедрению инноваций, развитию отраслей, снижению последствий кризисных «ударов» и положительной динамике роста экономических показателей. Также малый бизнес способствует насыщению рынка товарами и услугами, преодолению отраслевого и территориального монополизма, увеличению уровня конкуренции.

В целом можно отметить, что в республике государственная поддержка малого бизнеса носит многоуровневый характер: осуществляются мероприятия в области снижения налогового бремени, проводится легализация собственности и активов, реализуется комплекс мер по облегчению доступа к кредитным ресурсам, упрощаются административные процедуры и разрешения, орга-

низовываются региональные центры поддержки малого бизнеса как в городах, так и на селе.

Стратегический курс руководства республики на вхождение Казахстана в число пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира приводит к развитию малого предпринимательства как мощной экономической силы. В условиях реализации Концепции перехода Республики Казахстан к устойчивому развитию на 2007–2024 годы особое значение приобретают эффективность и устойчивость малых предприятий, установление при их участии новых хозяйственных связей, в том числе и внешнеэкономических, активизация производственной и инновационной деятельности.

По состоянию на 1 апреля 2013 года, по данным Агентства РК по статистике количество зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства составляет 1 373 414 единиц, из них предприятий малого предпринимательства – 220 549 (16%), индивидуальных предпринимателей – 954 506 (69,5%), крестьянских (фермерских) хозяйств – 198 359 (14,5%).

Динамика активных субъектов МСБ с 2007 года показывает общую положительную тенденцию роста. В 2007 году количество активных субъектов МСБ составляло 504 824 единицы. Влияние глобального экономического кризиса негативно отразилось на активности субъектов МСБ. Как следствие, в 2010 году данный показатель составлял 703 802 единицы, а уже в 2012 году количество активных субъектов МСБ снизилось до 652 886 (рисунок 1).

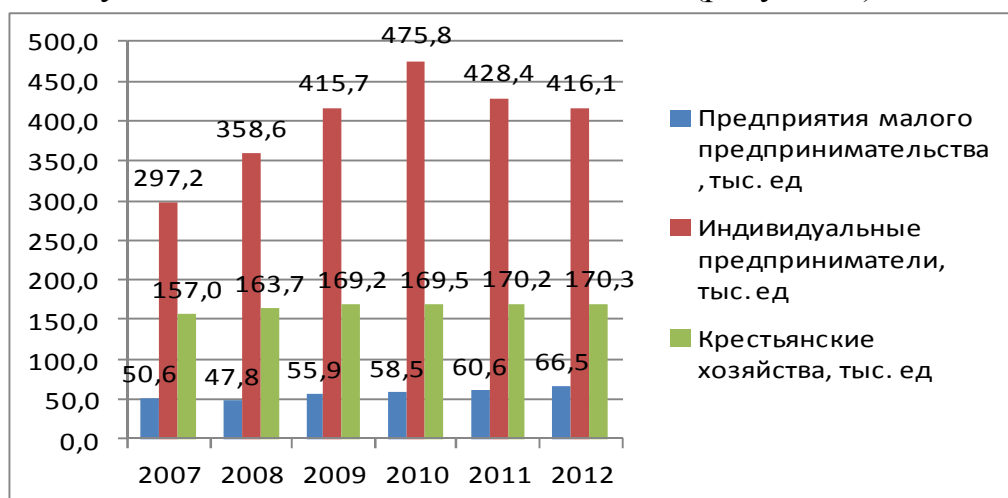


Рис. 1. Активность субъектов МСБ

Анализ численности занятых в малом предпринимательстве показывает также положительный рост количества занятых с 1 610 054 человек в 2007 году до 1 882 340 человек в 2012 году, в том числе если положительная тенденция роста численности занятых наблюдается (рисунок 2) в субъектах малого предпринимательства с 533 777 человек в 2007 году до 746 240 человек в 2013 году, то количество занятых в крестьянских хозяйствах снизилось с 504 655 человек в 2007 году до 425 541 человек в 2012 году.

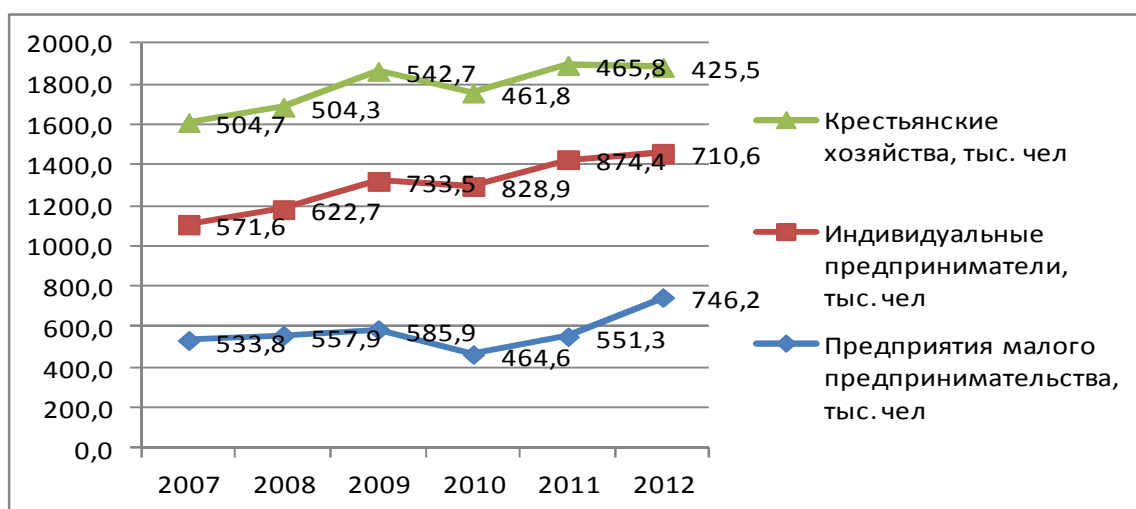


Рис. 2. Численность занятых в МС

Численность занятых в МСБ по состоянию на 1 апреля 2012 года по республике составляет 2 664 306 человек, в том числе юридических лиц малого предпринимательства 738 894 человек, юридических лиц среднего предпринимательства 657 927 человек, индивидуальных предпринимателей 877 448 человек, крестьянских хозяйств 390 037 человек (рисунок 2).

В целях укрепления позиций отечественных предприятий в Казахстане была принята крупномасштабная Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию на 2010-2014 годы, в рамках которой реализуется программа «Дорожная карта бизнеса-2020».

Комитетом развития предпринимательства совместно с Фондом развития предпринимательства «Даму» ведется реализация Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» (далее - Программа), целью которой является обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства в несырьевых секторах экономики, а также сохранение действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Тем не менее, малое предпринимательство в Казахстане продолжает испытывать серьезные трудности, для преодоления которых необходима последовательная работа, прежде всего, по дальнейшему совершенствованию законодательства, финансовой поддержки малого бизнеса, повышению эффективности региональных программ развития малого бизнеса, по устранению административных барьеров и преодолению коррупции.

В целом возможность организации бизнеса в условиях рынка создана самой природой рыночных отношений. Однако на практике превратить такую возможность в реальность далеко не просто. Перед желающим открыть свой бизнес встает масса проблем, а также препятствий, чинимых различными и государственными, и негосударственными органами и в том числе коммерческими банками, когда приходится прибегать к их услугам.

Анализ положительного зарубежного опыта показывает, что сектор малых и средних предприятий является неотъемлемым элементом любой развитой хозяйственной и правовой системы, без которого экономика и общество в целом не могут нормально развиваться и существовать. В экономически развитых

государствах в секторе малого и среднего бизнеса действует большинство предприятий, в нем сосредоточена большая часть экономически активного населения и производится примерно половина ВВП.

Мировой опыт: финансовая поддержка в Канаде: выделяемая ссуда на десять лет не превышает 250 тысяч долларов под 2-3 процента годовых. В других случаях, частично компенсируя любые потери по займам, федеральное правительство облегчает малому бизнесу получение ссуды. В Корее государственные средства для поддержки МСБ расходуются по трем направлениям: предоставление льготных кредитов (срок до 8 лет и процентная ставка на 2,5-3% ниже банковской), разработка и внедрение новых технологий и пополнение оборотных средств. В Японии займы можно получить под 2-4% - стимулирование кооперативной деятельности МСБ, когда приветствуется объединение малых предприятий в кооперативы (сугубо японский подход, означающий, что можно получить землю, льготные кредиты под развитие новых технологий, под транспорт, общую стоянку для автомашин и пр.).

Анализ, проведенный Институтом экономических исследований МЭиБП РК, выявил основные проблемы кредитования малого бизнеса в коммерческих банках. Лидирующее положение занимает высокий ссудный процент. Кроме того, к данным проблемам относятся:

- краткосрочность выдаваемых кредитов;
- отсутствие льготного периода;
- большое количество документов при подаче заявки на кредит;
- проблемы с залоговым обеспечением;
- отсутствие информации о зарубежных и отечественных линиях кредитования;
- недостаточное количество организаций, оказывающих консалтинговые услуги при оформлении кредитов;
- проблемы со стартовым кредитованием нового бизнеса.

Основными факторами, сдерживающими развитие малого предпринимательства, называются:

- сложность и громоздкость в осуществлении операций регистрации, лицензирования, сертификации продукции;

- несовершенство налогового и таможенного законодательства, системы государственных закупок по вопросам предпринимательства;

- недоступность существующих финансовых и кредитных ресурсов для малого бизнеса по приемлемым для него условиям;

- инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса во многих регионах страны все еще находится в начальной стадии развития. Ее элементы не сформированы в единое целое. Прежде всего нуждается в реформировании работа фонда развития малого предпринимательства. Сложилась ситуация, когда из-за отсутствия филиалов в регионах этот фонд стал просто недоступным.

Государственная, региональные программы предусматривают меры по созданию инфраструктуры малого бизнеса в виде лизинговых компаний,

технопарков, бизнес-центров, бизнес-инкубаторов и других структур. Однако их практическая реализация до настоящего времени не осуществлена, намечаемые мероприятия переходят из программы в программу;

- незаконные и частые проверки предприятий малого бизнеса, из-за которых 80 процентов людей закрывают собственное дело.

- недооценка необходимости изучения своего сегмента товарного рынка основных конкурентов и покупательского поведения потребителей и почти полнейшая беспомощность в юридических и экономических аспекта организации бизнеса, а также возможных рисков в нем;

Это неполный перечень причин, сдерживающих развитие подлинного предпринимательства в Казахстане и обуславливающих немалые потери не только для несостоявшегося предпринимателя, но и для экономики в целом. Такие причины основательно сдерживают развитие всего общественного производства, замедляют процесс формирования конкурентной и рыночной среды, насыщения последней продукцией производственного назначения потребительскими товарами и услугами, создания стоимости и пополнения на этой основе государственного и местного бюджета, а также различных внебюджетных фондов и иных структур.

Результаты вышеприведенного обзора подчеркивают необходимость дальнейшего государственного координирования малого бизнеса в целях корректировки негативных тенденций развития малого бизнеса, как с помощью финансовых, так и нефинансовых инструментов.

С учетом вышеизложенного можно сделать вывод о том, что для развития МСБ необходимо реализовать следующий комплекс мероприятий:

1. Мониторинг факторов, определяющих угрозы отечественному бизнесу в условиях Таможенного союза.

2. Совершенствование системы экономических отношений для малых предприятий в сфере производства, с целью обеспечения их конкурентоспособности на мировом рынке.

3. Оптимальное сочетание государственного и рыночного регулирования цен на продукцию предприятий малого и среднего бизнеса с целью оживления платежеспособного спроса населения и повышения конкурентоспособности отечественного предпринимательства на внутреннем и внешнем рынках.

4. Введение системы минимальных гарантированных цен субъектам малого бизнеса, обеспечивающей им достаточный уровень доходности.

5. Осуществление гибкого налогообложения субъектов малого бизнеса, деятельность которых связана с производством товаров, предоставление налоговых льгот тем производителям, которые вкладывают средства в развитие приоритетных отраслей и в производство продукции или же придерживаются принципа устойчивого развития производства с соблюдением экологических норм.

6. Повышение инвестиционной привлекательности субъектов малого бизнеса, введение налоговых и других льгот, которые будут способство-

вать переоснащению материально-технической базы предприятий малого бизнеса.

7. Регулирование объемов экспорта и импорта по основным стратегическим видам товаров, производимых субъектами малого бизнеса.

Библиографический список

1. Малое предпринимательство: теория, мировой опыт и Казахстан / А.К. Кошанов, Е.Б. Жатканбаев, А.А. Рамазанов и др.; Под ред. Е.Б. Жатканбаева; КазНУ им. аль-Фараби, 2012. – С. 3-8.

2. Официальный сайт Агентства по статистике Республики Казахстан. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: (дата обращения 12.01.2012).

3. Экономика и статистика. Проблемы развития малого бизнеса и пути их решения. Современное состояние малого бизнеса в РК. – 2012. – № 4. – 52 с.

ББК 65. 9

СИСТЕМЫ ВХОДА В ПРОЦЕДУРЫ БАНКРОТСТВА В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

А.А. Бежовец

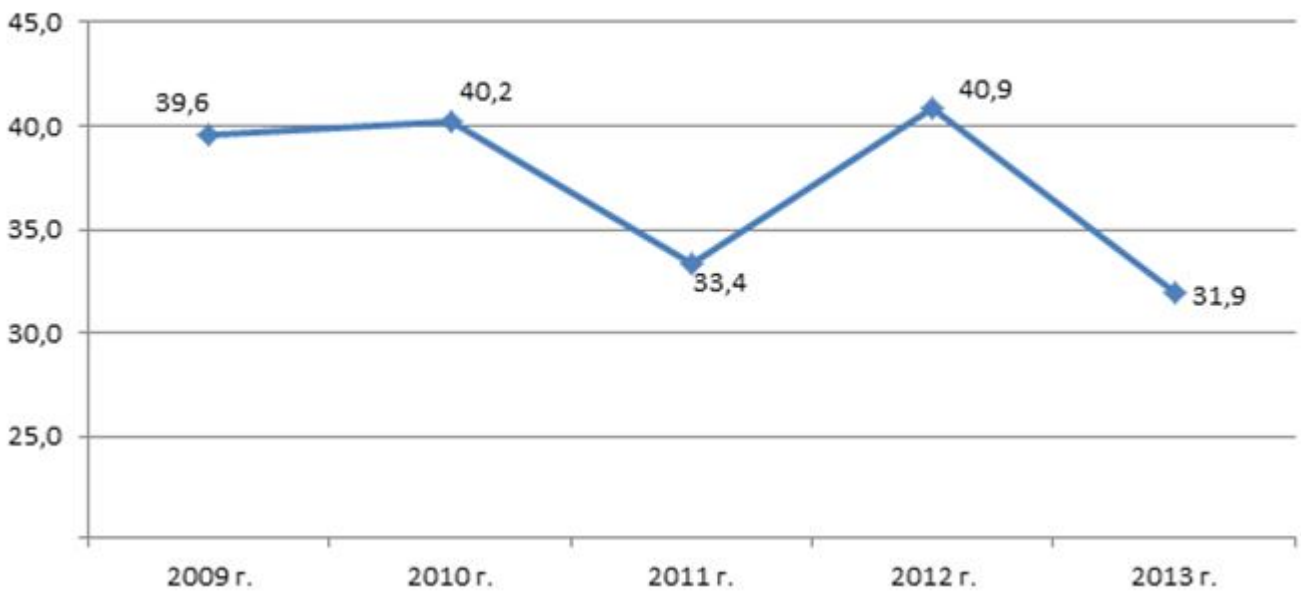
Алтайский государственный университет, г. Барнаул

На сегодняшний день регулирование отношений в сфере банкротства имеет множество недостатков, что вызывает справедливую критику со стороны бизнеса. На наш взгляд, наиболее критическое мнение о действующих законодательных актах о несостоятельности состоит в том, что они являются не чем иным, как средством передела собственности в недобросовестной конкурентной борьбе, а также ухода от уплаты налогов и обязательств по кредитам. При этом экспертами обозначается проблема «затягивания» арбитражными управляющими и другими заинтересованными лицами процедур банкротства.

Другой проблемой российского законодательства о банкротстве является правовое регулирование процедуры наблюдения, как этапа входа в арбитражный процесс. От нее во многом зависит судьба предприятия–должника. Неслучайно за эту «ключевую стадию» идет постоянная борьба. По сути, от конструкции наблюдения зависит вся направленность законодательства о банкротстве: «прокредиторская» или «продолжниковская».

Согласно аналитической записке к статистическому отчету о работе арбитражных судов Российской Федерации, в 2013 г. на 22% отмечено сокращение числа поступающих в суды заявлений о признании должников банкротами [1, 2]. Если в 2012 году в арбитражные суды поступило 40 864 заявления о несостоятельности (банкротстве), то в 2013 году – 31 921 заявление. Сведения о количестве поданных заявлений о несостоятельности с 2009 г. по 2013 г. представлены на рисунке 1.

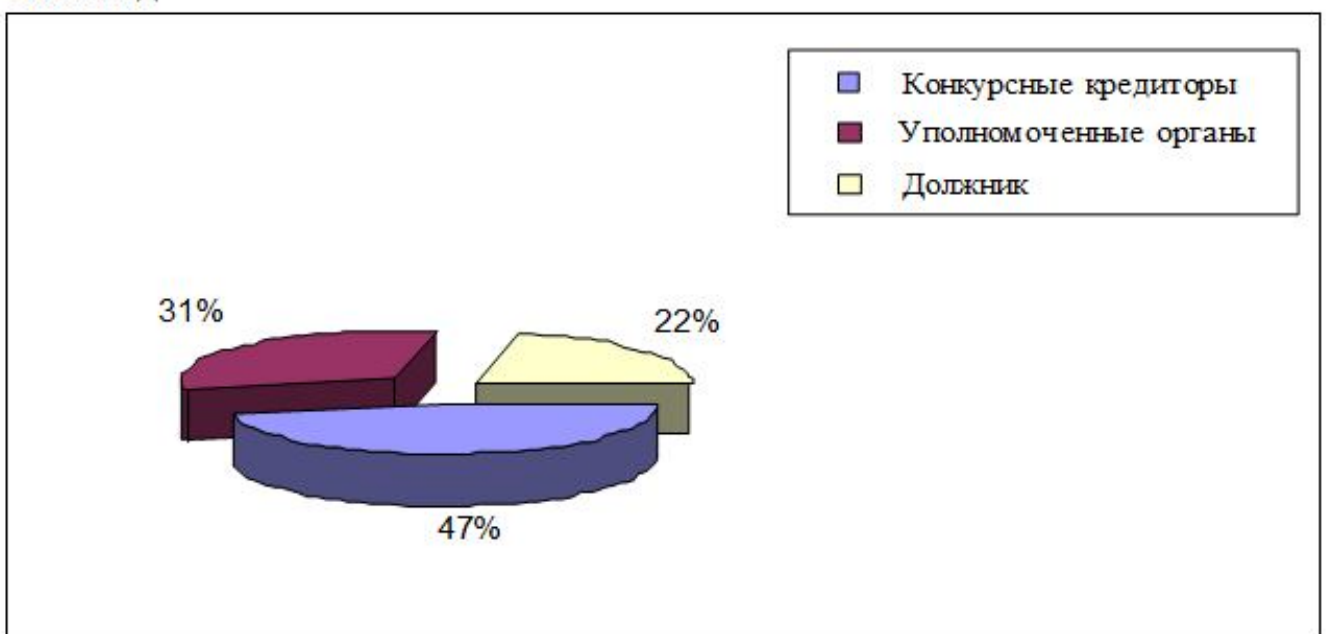
Рисунок 1 – Сведения о количестве поданных заявлений в арбитражные суды РФ, в тыс. шт.



Стоит отметить, что почти половина заявлений о признании должников банкротами (15 635, или 47% заявлений) поступила в 2013 году от конкурсных кредиторов.

Доля заявлений, поданных уполномоченными органами, сократилась с 39% в 2010 году (15 770 заявлений) до 31% в 2013 году (10 477 заявлений). От должников в отчетном периоде поступило 7 273, или 22% заявлений (2010 год – 8 727 заявлений). Информация о доле поданных заявлений в 2013 году представлена на рисунке 2.

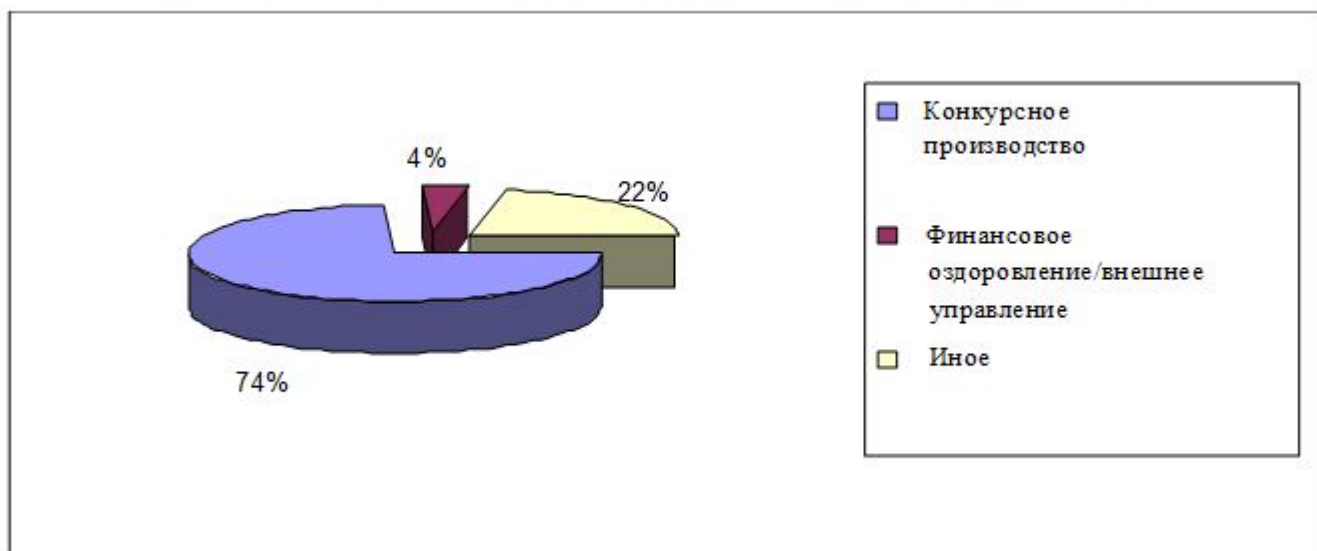
Рисунок 2 – Доля поданных заявлений о несостоятельности (банкротстве) за 2013 год



Анализ статистических данных, касающихся заявлений о банкротстве отдельных категорий должников, показывает, что в отчетном периоде в 1,5 раза сократилось число поступивших заявлений о банкротстве сельскохозяйственных организаций (2010 год – 793 заявления, 2013 год – 534 заявления). В четыре раза меньше поступило в суды заявлений о банкротстве финансовых и кредитных (2010 год – 229 заявлений, 2013 год – 58 заявлений). На 13% уменьшилось количество переданных на рассмотрение арбитражных судов заявлений о банкротстве ликвидируемых и отсутствующих должников.

По результатам рассмотрения 27 351 заявлений, принятых к производству в 2013 году, процедура наблюдения была введена по 9 574 делам. В 74% случаев по результатам наблюдения приняты решения о признании должников банкротами и открытии конкурсного производства, только в 4% случаев – решения о введении процедур финансового оздоровления или внешнего управления. Результаты процедуры наблюдения за 2013 год представлены на рисунке 3.

Рисунок 3 – Результаты проведения процедура наблюдения за 2013 год



Процедуры, направленные на восстановление платежеспособности должников, а именно финансового оздоровления и внешнего управления, проводились в прошедшем году в отношении всего 870 должников (в 2013 году названные процедуры проводились в отношении 1 014 должников), что на 14% меньше, чем в 2012 году.

По результатам проведения процедур оздоровления в 19 случаях производство по делам было прекращено в связи с погашением задолженности и удовлетворением требований кредиторов.

По результатам рассмотрения дел принято 13 144 решения о признании должников банкротами и открытии конкурсного производства. Из них в 283 случаях (2%) признаны банкротами государственные и муниципальные унитарные предприятия, в 1 449 (11%) случаях – индивидуальные предприниматели.

ли. На долю сельскохозяйственных и финансовых организаций приходится 2 и 0,5% соответственно.

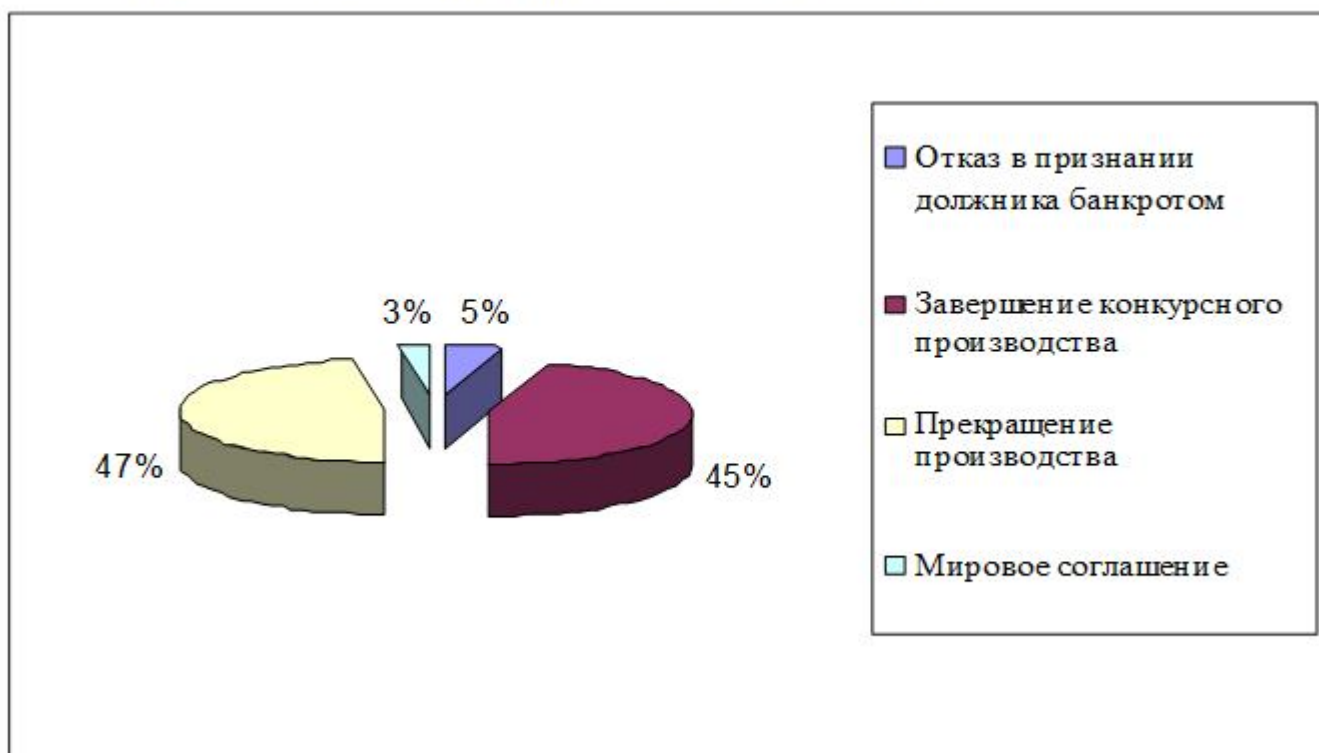
В отчетном периоде завершено производство по 23721 делу о признании должников несостоятельными (банкротами), из них:

- По 633 делам в связи с отказом в признании должника банкротом;
- По 10 877 делам в связи с завершением конкурсного производства, в том числе по 4600 делам по упрощенной процедуре банкротства;
- По 11 626 делам производство было прекращено.

В 2013 году по 585 делам о несостоятельности (банкротстве) утверждены мировые соглашения, в том числе по равному количеству дел (по 142 делам) мировые соглашения утверждены на стадиях наблюдения и конкурсного производства, на стадиях финансового оздоровления и внешнего управления соответственно по 6 и 59 делам.

Информация о завершении производств в 2013 году представлена нами на рисунке 4.

Рисунок 4 – Завершение производств за 2013 году



В рамках дел о несостоятельности (банкротстве) арбитражными судами в 2013 году рассмотрено 228 тыс. заявлений. Это на 5% меньше, чем в 2012 году. Из общего количества рассмотренных заявлений 121 993, или 53%, составили заявления об установлении размера требований кредиторов, 13 452 – заявления об освобождении или утверждении, об отстранении арбитражных управляющих (5,9%), 35 796 – о продлении срока процедуры (15,7%), 7 524 – жалобы кредиторов о нарушении прав и законных интересов (3,3%).

Изменение действующего законодательства привело к появлению новых категорий заявлений, жалоб и ходатайств, подлежащих рассмотрению в деле о

банкротстве. Так, в 2013 году арбитражными судами рассмотрено 10 300 заявлений об оспаривании сделок должника, 1 032 заявления о привлечении контролирующих должника лиц к субсидиарной ответственности, 739 заявлений о намерении погасить требования по обязательным платежам. Кроме того, в течение отчетного периода в рамках дел о банкротстве было рассмотрено 8 704 заявлений о взыскании расходов по делу о банкротстве.

По-прежнему большая часть (68% от общего числа) заявлений, ходатайств и жалоб рассматривались судами на стадии конкурсного производства. На стадии наблюдения рассматривалось 25% заявлений. Около 4% заявлений рассматривалось судами при проведении процедуры внешнего управления.

Исходя из приведенной выше статистической информации, можно сделать вывод о неэффективности проведения процедуры наблюдения в российском механизме банкротства. На наш взгляд, целесообразно в будущем отказаться от процедуры наблюдения.

Наблюдение характерно не для всех законодательств о несостоятельности зарубежных стран. Анализ российского и зарубежного опыта [3] позволяет выделить три сложившиеся системы, которые по-разному решают проблему входа в процедуры банкротства:

- система входа конкурсным производством – предполагает начало процесса несостоятельности с процедуры конкурсного производства, при наличии возможности реализации реабилитационных процедур на следующем этапе;
- система, основой которой является введение на первом этапе одной из двух противоположных процедур: ликвидации или реабилитации;
- система так называемого «единого входа» – характерна для законодательства о банкротстве нашей страны и предполагает начало процесса несостоятельности с процедуры наблюдения.

Анализируя место и роль процедуры наблюдения в общей системе процедур несостоятельности, можно заключить, что Россия избрала систему, которую иногда называют «единым входом» в процедуры несостоятельности. После принятия судом заявления о банкротстве должник автоматически попадает (за некоторыми исключениями) в процедуру наблюдения, которая является предварительным этапом перед выбором основной процедуры. Однако, как представляется, данная система с точки зрения защиты прав и законных интересов конкурсных кредиторов является малоэффективной.

Вместе с тем справедливо отмечается, что преимуществом данной системы является то обстоятельство, что окончательное решение о наиболее подходящем виде процедуры может быть принято более демократичным образом и на основе большего объема информации.

Существенными недостатками системы «единого входа» в процедуры банкротства являются риск снижения стоимости бизнеса должника, невозможность быстрого принятия решения в делах о несостоятельности и сохранение руководством должника своих полномочий. Последний недостаток, в свою очередь, резко затрудняет эффективность и оперативность осуществления временным управляющим своих полномочий, поскольку его способность выпол-

нения своих функций в большей степени зависит от содействия должника и поддержки со стороны арбитражного суда.

Еще одним существенным недостатком процедуры наблюдения является то, что она значительно усложняет и замедляет конкурсный процесс. Подобное свойство оказывает крайне негативное влияние на правовой статус конкурсных кредиторов, поскольку, с одной стороны, увеличивает их процессуальные расходы, связанные с производством по делу, с другой стороны, дополнительно обременяет конкурсную массу, в результате чего понижается степень удовлетворения требований кредиторов.

Все вышесказанное позволяет с достаточным основанием сделать вывод о том, что основной недостаток существующей процедуры наблюдения связан с сохранением полномочий руководителя должника с ограничениями, установленными Законом о банкротстве. В связи с чем представляется целесообразным, с целью улучшения положения конкурсных кредиторов и повышения эффективности самой процедуры наблюдения, отказаться от двойственности в управлении имуществом должника и полностью передать данные функции временному управляющему.

Предлагаемое изменение способно решить проблему взаимоотношений руководства должника и временного управляющего. Однако оно полностью не решает такие проблемы процедуры наблюдения, как риск снижения стоимости имущества должника из-за задержек в период данной процедуры, ускорения и упрощения производства по делам о банкротстве.

В силу сказанного думается, что с целью устранения вышеуказанных недостатков процедуры наблюдения, а также с целью совершенствования законодательства о банкротстве было бы правильным в будущем отказаться от института наблюдения. При этом представляется, что более целесообразным является использование системы, которая основывается на входе в процедуры несостоятельности конкурсным производством с возможностью последующего перехода к восстановительным процедурам.

Правильность применения указанной системы вызвана не только тем, что она представляется более эффективной, но также тем обстоятельством, что она наиболее адекватно отражает сущность банкротства как объективного явления хозяйственной жизни. В настоящее время подавляющее большинство дел о банкротстве заканчивается ликвидацией должника. Что же касается случаев восстановления платежеспособности отдельных должников, то они представляются исключениями из правил. Так, согласно официальной информации Арбитражного суда Алтайского края за 2012-2013 г.г., процедура внешнего управления введена только в отношении трех должников, финансового оздоровления – в отношении одного.

В силу этого полагаем, что при регулировании конкурсных отношений вышеуказанная сущность института банкротства должна найти свое адекватное отражение в законодательстве, которое должно принципиально изменить существующий сегодня подход к проблеме соотношения реабилитационных и ликвидационной процедур. В общем виде предлагаемая система входа в процедуры банкротства подразумевает следующее.

Процедуры банкротства должны начинаться процедурой конкурсного производства. Она должна вводиться по результатам рассмотрения арбитражным судом обоснованности требований заявителя. С целью обеспечения предоставления необходимой информации кредиторам для решения вопроса о возможности или невозможности применения восстановительных процедур на управляющего следует возложить такие обязанности, как проведение анализа финансового состояния с целью определения возможности или невозможности восстановления его платежеспособности, а также проведение собрания кредиторов, в компетенцию которого входило бы решение вопроса о продолжении процедуры конкурсного производства или о переходе к восстановительным процедурам.

Подобное законодательное решение имеет ряд существенных преимуществ. Система входа в процедуры банкротства конкурсным производством значительно упрощает и сокращает сроки производства по делам о несостоятельности. Это связано с тем, что, во-первых, данная система предполагает отстранение руководителя должника и передачу его полномочий конкурсному управляющему, что позволит снять проблему взаимоотношений руководства должника и арбитражного управляющего. Во-вторых, введение вместо наблюдения конкурсного производства позволяет перейти к выполнению конкурсным управляющим целей конкурсного производства намного раньше, чем это предусмотрено по действующему законодательству.

Это позволит обеспечить более оперативное отчуждение активов должника при решении вопроса о продолжении конкурсного производства собранием кредиторов, ввиду того, что к данному моменту конкурсный управляющий имеет возможность проведения необходимых мероприятий, осуществление которых позволило бы ему после первого собрания кредиторов сразу перейти к реализации целей конкурсного производства, т. е. обращению конкурсной массы в денежную форму с целью удовлетворения требований кредиторов.

Применение системы входа в процедуры банкротства конкурсным производством позволит более эффективно обеспечивать исполнение арбитражным управляющим обязанности по подготовке анализа финансового состояния должника.

Таким образом, предлагаемая система входа в процедуры банкротства является более эффективной и обеспечивает устранение существенных недостатков процедуры наблюдения. В качестве основного достоинства системы входа в процедуры банкротства конкурсным производством является значительное упрощение и ускорение конкурсного производства, что оказывает положительное влияние на конкурсный процесс в целом.

Библиографический список

1. Официальный сайт Высшего арбитражного суда РФ – <http://www.arbitr.ru/>.
2. Официальный сайт Единого федерального реестра сведений о банкротстве – <http://www.fedresurs.ru/>.

3. Степанов В.В. Несостоятельность (банкротство) в России, Франции, Англии, Германии. М.: Изд-во «Статут», 2004. 204с.

УДК 332.01

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО В СИСТЕМЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

О.В. Боровкова, В.В. Углинская
Рубцовский индустриальный институт

Каждая отрасль знания, каждая наука имеет свои особенности. Не является исключением и экономическая наука, которая базируется на ряде естественных, социально-гуманитарных наук, а также использует методы нормативных наук. Точность математических методов и регулирование экономики законами соседствует с неопределенностью экономических явлений. Неопределенность вызвана тем, что эта наука имеет дело с природными явлениями, предсказание которых трудный и сложный процесс, а также в сфере экономических исследований лежат сложные многомерные системы, такие как общество и человек.

Такая базисная разноплановость предполагает сложность экономических исследований и учет всех аспектов данной сферы. Одним из аспектов, выявляющих, кроме того, и особенность экономической науки, является экономическое пространство. Как отмечает ряд исследователей, проблема экономического пространства осталась за бортом экономической науки, так как полагалось, что оно не вносит существенных дополнений в исследования, проводящиеся в рамках экономической теории. Но в контексте вопросов формирования Единого экономического пространства это понятие стало предметом рефлексии. В настоящее время для выявления сущности экономического пространства используются подходы, связанные с анализом тех оснований экономического пространства, которые более всего влияют на экономическое положение страны, региона и др.

Такие подходы представляются плодотворными, но недостаточными. Экономическое пространство неравномерно, и эта неравномерность связана отчасти с взаимодействиями с другими пространствами. Исследование этих взаимодействий позволит выявить те факторы, которые отрицательно либо положительно воздействуют на экономику как в целом, так и в рамках регионов.

Определений экономического пространства в настоящее время множество, так как каждое из них отражает одну из ряда существующих концепций или один из подходов. По одной из классификаций, в которой проявляется как содержание экономического пространства, так и его «окружение», в настоящее время имеют место четыре подхода к исследованию экономического пространства: территориальный, ресурсный, информационный и процессный [2, с. 219].

Одним из наиболее ранних, и в то же время распространенных в настоящем подходов является территориальный. Он предполагает, что экономическое пространство – это определенные географические рамки, в которых функционирует экономическая система [14, с. 44]. «Размер» таких пространств может

варьироваться от мирового экономического пространства до региональных экономик.

По мнению Биякова, подобная точка зрения, а точнее концепция, зародилась вместе с первыми представлениями о пространственной организации хозяйства и связана с именами А. Смита и Д. Рикардо [4]. Самыми известными приверженцами такого понимания экономического пространства были Ф. Ратцель, выдвинувший идею пространственного роста государства; Р. Челлен, разработавший идею борьбы за пространство государств, как борьбы за существование; Ф. Науман с теорией «средней Европы», предполагающую организацию нового пространства для победы в конкурентной борьбе.

Также необходимо упомянуть концепцию И.Г. фон Тюнена и его учеников, получившую название «теория размещения». Пространство выступает у них как протяженность и местоположение. И.Г. фон Тюнен в своей книге «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономике», изданной в 1826 г., впервые создал схему оптимального размещения сельскохозяйственного производства и тем самым положил начало штандортной концепции, которая в дальнейшем разрабатывалась А. Вебером. Оптимальное размещение промышленности, согласно ей, - это залог успешной экономики. В рамках этой концепции В. Кристаллером была создана теория центральных мест.

Рассмотрение экономического пространства на уровне экономических регионов, а не отдельных предприятий положило начало созданию А. Лешем неоклассической штандортной теории. Это дало начало региональной науке, основателем которой стал известный исследователь У. Айзард. Он занимался разработкой методов анализа промышленного комплекса, производственных систем и межрайонных связей.

Большой вклад в теорию экономического пространства, по мнению О.А. Биякова, внес французский экономист Ф. Перрокс. Он определил экономическое пространство как силовое поле, которое порождается фирмами и их взаимосвязями. Основопологающим принципом экономического развития, по Перроксу, является неравенство, выражающееся в различиях размеров производства и капитала, в различной степени информированности партнеров, в принадлежности к различным отраслям хозяйства [Цит. по: 4].

Необходимо сказать и о вкладе российских ученых, А.Г. Гранберге и А.Г. Аганбегяне, которые внесли большой вклад в формирование новой парадигмы - «пространственная экономика».

Еще одной из наиболее распространенных концепций экономического пространства является ресурсная теория. Как замечает Г.Б. Клейнер, «к началу XXI века она превратилась в мощное интеллектуальное течение, охватывающее методологию экономического анализа и управления экономическими образованиями различного уровня и назначения» [11, с. 10]. Эта теория была разработана Э. Пенроузом, Б. Вернерфельтом, Дж. Барни и др. и основывается на предположении, что внешнее положение экономического объекта зависит от его внутреннего состояния или положения. Внутреннее положение, в свою очередь, связано с ресурсами фирмы. Под ресурсами фирмы имеются в виду «ак-

тивы, способности, организационные процессы, информация, знания и другие атрибуты фирмы, позволяющие ей определять и проводить в жизнь стратегии по улучшению ее целевой и ресурсной эффективности» [8].

Представители ресурсного подхода российские исследователи В.В. Радаев, И.А. Кучин, В.В. Чекмарев определяют пространство как совокупность экономических действий, как среду для принятия решений по использованию ресурсов.

Но не все исследователи считают ресурсный подход к исследованию экономического пространства верным. Например, О.А. Бияков полагает его методологически ошибочным, так как в этом случае «происходит подмена объекта, на который направлены действия субъектов» [4].

Еще одним, быстро распространяющимся и получающим признание, является информационный подход. Он заключается в определении экономического пространства через информационную составляющую экономического процесса. Этот подход является новым, поэтому представлен разнообразием мнений. Например, Е. Иванов полагает, что экономическое пространство формируется потоками информации, которые циркулируют между хозяйствующими субъектами [9]. Г. Шибусава интерпретирует экономическое пространство как некую коммерческую часть Интернета, «посредством которой осуществляется управление потоками произведенных товаров» [18, с. 254].

Также существует мнение, что информационное пространство – это лишь ресурс экономического развития в условиях общества потребления (Д. Белл, В.Л. Иноземцев, И.Я. Левяш). В работе А.Э. Калининой информационное пространство определяется как вид экономического пространства [10, с. 18].

Сам информационный подход, по мнению О.А. Биякова, «это лишь частный случай более общего процессного подхода» [4]. Экономическое пространство с позиций процессного подхода определяется как отношение между экономическими процессами субъектов хозяйствования и совокупным экономическим процессом (V-процессом) по формированию возможных результатов экономической деятельности [4].

Как мы видим, определения экономического пространства в основном даются с точки зрения подходов, но сложность данного понятия приводит к мысли, что недостаточно учитывать лишь один из факторов, формирующих пространство, необходима их совокупность. Поэтому предпринимаются попытки учесть все факторы. В этом плане привлекает внимание определение, данное в работе А.В. Гульбасова. Экономическое пространство с его точки зрения – это пространство, образованное: а) физическими и юридическими лицами (субъектами), которые для реализации своих экономических потребностей и выражающих эти потребности экономических интересов вступают в экономические отношения; б) физическими и нефизическими объектами, являющимися источниками экономических интересов и экономических отношений [7].

Рассмотренные выше подходы, концепции раскрывают различные аспекты содержания и сущности экономического пространства, но в целом представление о нем пока не сформировалось. Каждым из подходов среди всего прочего неявно рассматриваются взаимосвязи экономического пространства с другими.

Поэтому представляется, что выявление тех пространств, которые взаимодействуют с ним, и определение его места среди них поможет создать более полное представление об экономическом пространстве.

Территориальный подход, как мы видели, является одним из наиболее распространённых, поэтому пространством, которое взаимодействует с экономическим, тесно с ним связано, фиксирует его расположение и возможности, является географическое пространство. Оно рассматривается как территория со своими координатами, масштабом, расстояниями, рельефом, залежами и недрами, характеризуя бытие территориальных объектов в определенных географических координатах [3, с. 4]. Включая понятие «территория» и размерно зачастую совпадающее с ней, географическое пространство существенно отличается своей «трехмерностью»: территория же двухмерна. Э.Б. Алаев в понимании географического пространства включает «совокупность отношений между геообъектами, расположенными на конкретной территории и развивающимися во времени» [1].

Понятие «территория», с одной стороны, объединяет экономическое и географическое пространство, а с другой, через него определяется различие. Кроме того, что территория прочно связана с географическим пространством и составляет его основу, существует и понятие «экономическая территория», предполагающееся как элемент экономического пространства. Границы этих двух территорий могут совпадать, но могут и не совпасть. Географическая граница понимается как место смены географических явлений, а границы экономической территории связаны с административным управлением. То есть географические границы чаще всего – естественные, а экономические – искусственные.

Позиционироваться как экономическая территория может страна, регион и др., где предполагается управление. Эта территория представляется не только участками суши, совпадающими с административной границей, но и воздушным пространством, территориальными водами данной страны. В настоящее время термином, обозначающим территорию, акваторию и аэроторию, является «геотерия» [15]. В это понятие также включаются «территориальные анклав» за рубежом, т.е. зоны в других странах, используемые правительственными учреждениями данной страны (на основе аренды или собственности) для различных целей в интересах страны [17]. Граница экономического пространства отличается от территориальной тем, что экономическая территория – это статическая структура, а пространство – динамическая. Экономическое пространство есть результат взаимодействий экономических субъектов.

Географическое пространство в своих размерах совпадает с территорией и имеет реальную и четкую границу, тогда как для пространства экономического граница существует лишь номинально. Р.С. Беков, например, в качестве доказательства этого приводит аргумент – способность экономического пространства «сжиматься». «За счет развития транспортной инфраструктуры, – пишет он, – строительства новых магистралей и т.д., при неизменности реального расстояния затрачиваемое на его преодоление время сокращается [3, с. 4]. Но, с другой стороны, экономическое пространство и расширяется как в плане территориальном (освоение различных объектов, использование их в экономических це-

лях, что ведет и к расширению экономических связей), так и безотносительно к территории (например, использование информационных пространств).

Еще одним пространством, взаимодействующим с экономическим, является природное пространство. Оно определяет характер и содержание того или иного экономического пространства, предопределяет возможность хозяйствования и возникновения и существования экономического пространства, так как, являясь совокупностью природных объектов, выступает в качестве ресурса.

Природное пространство представляет собой неоднородную протяженность, безразличную к границам, что отличает его от географического пространства. По отношению к природному географическое пространство – это представление о нем, его систематизация, именование и упорядочивание природных объектов и территорий. Как мы видели, природные объекты или их границы могут выступать в качестве географических и даже экономических территорий, но сами они индифферентны к ним.

Экономическое пространство – это не только пространство, связанное с территорией, природными объектами, которые могут выступать в качестве ресурсов, но это и пространство хозяйствования, взаимодействия людей с природой. Д. Баттен сказал: «Реальная трудность изучения пространственной экономики состоит в том, что мы сами являемся частью того, что пытаемся понять» [Цит. по: 4]. Поэтому сущность экономического пространства не проявится в полной мере, если не рассмотреть социальное пространство и их взаимозависимость.

Социальное пространство обладает особым человеческим смыслом и возникло только тогда, когда появилось общество. Оно определяется как форма общественного бытия, характеризующаяся многоуровневостью и многомерностью. Между субъектами социального взаимодействия (органы и учреждения, социальные группы, индивиды и др.) возникают многочисленные и разнообразные отношения, среди которых весьма велика доля экономических отношений. Это обусловлено тем, что, не являясь физическим пространством, социальное стремится реализоваться в нем и эта реализация происходит через присвоение благ и услуг.

Соотношения экономического и социального пространства оцениваются по-разному. Более всего это зависит от позиции исследователя. Например, известный французский исследователь П. Бурдьё, который в своей работе «Физическое и социальное пространство» и вводит это понятие, полагает экономическое пространство одним из видов социального. Он выделяет его как «подпространство» социального наряду с культурным, духовным и др. Структура этих подпространств зависит от характера распределения отдельных видов капитала. Но среди подпространств выделяется им еще и «собственно-социальное», стоящее в одном ряду с экономическим. Поэтому можно говорить о понимании социального пространства в широком и узком смысле.

Являясь одним из видов социального, экономическое имеет свою специфику, так как обозначает не только отношения между субъектами, но и взаимодействие человека с природой, изменение среды обитания [5]. С другой сторо-

ны, Бияков, рассматривая пространства в экономической плоскости, выделяет четыре пространства, в том числе и социальное, как составляющее экономическое пространство [4].

В настоящее время общество находится на стадии постиндустриального развития и экономические ресурсы (природные или материальные), занимавшие первое место по важности, отходят на второй план, не являются главенствующим элементом экономического процесса. Как утверждают некоторые исследователи, идет процесс смены парадигмы развития экономики: в ней лидирующее место начинает занимать информация. Информационное пространство в настоящее время признается системообразующим фактором жизни общества. Оно значительно влияет на состояние различных областей жизни общества и государства, и более всего на состояние экономической сферы. Например, изменяется содержание и характер конкурентной борьбы между действующими в нем субъектами (информационное противоборство) [13, с.74].

В ситуации множества подходов к пониманию взаимодействия информационного и экономического пространства (информационное пространство как ресурс экономики, как вид экономического пространства, как его основополагающий фактор, как частный случай другого подхода) информационное пространство, тем не менее, имеет общие черты, отличающие его от других пространств или сфер и предопределяющие характер отношений и взаимосвязей.

1. Первое отличие можно связать с тем, что, информационное пространство не предполагает границ и территорий, они фигурируют в нем, но почти не влияют на отношения между людьми и организациями. Природа информационного пространства частично нематериальна, по этой причине оно не связано напрямую с реальным пространством.

2. Также, как мы видели, границы экономической территории определяются управлением, властью, а в информационном пространстве структуру власти формируют информация и знания.

3. Экономическое пространство, как уже упоминалось, отличается динамичностью, но ему свойственны и статические состояния, а информационное – не предполагает завершенных состояний. Как замечает А.В. Манойло, следствием этого является то, что «достаточно трудно достичь постоянного информационного доминирования, хотя возможно достижение временного информационного превосходства» [13, с. 74].

4. Информационное пространство – это поле деятельности для любого субъекта, которому доступны современные информационные технологии.

Рассмотренные выше виды пространств взаимодействуют с экономическим, при этом имея свое «наполнение». Но сложность экономического пространства предполагает «включенность» в него других пространств. Это еще один вид пространственного взаимодействия.

Экономическое пространство, как мы видели, взаимодействует с пространствами различного рода: включающими материальные объекты и не предполагающими их, с четко очерченными границами и не имеющими их. Эти пространства взаимодействуют с экономическим различным образом, но остаются самостоятельными уникальными пространствами со своими объектами и зако-

нами. Но само экономическое пространство представляет собой сложное образование, имеющее свои структурные элементы. С точки зрения пространственного подхода – это, используя терминологию Бурдые, некие «подпространства» или экономические пространства различных родов, которые складываются из различных способов взаимодействия субъектов.

В качестве таких пространств выделим производственное, торговое, финансовое пространства. Проблемы, касающиеся этих пространств, лежат, преимущественно, в плоскости их использования для получения в той или иной мере частного результата (использование производственных, торговых пространств и др.), хотя, как мы полагаем, эти пространства имеют и самостоятельное значение и могут играть проясняющую роль в ситуациях, складывающихся в том или ином экономическом пространстве.

Одним из первых необходимо рассмотреть производственное пространство, так как производство образует материальную основу любой экономики, можно сказать, что экономика вырастает из производства. В «Экономико-математическом словаре» дается определение производственного пространства как пространства производственных возможностей [16]. Но территориальная составляющая экономического пространства подводит к мысли о том, что производственное пространство предполагает «наполнение» физическими объектами. В качестве них могут выступать как природные объекты (для реализации экономических отношений), так и созданные людьми. Производственное пространство раскрывает такие типы взаимодействия как отношения человека и природы, отношения между людьми. Через это пространство проявляется связь экономического пространства с природным.

Понятие «торговое пространство», как уже упоминалось, чаще всего используется в значении «площадь», «территория», связанном с особенностями торговых мест, расположением объектов и субъектов торговли. Но такое значение все-таки предполагает торговые связи, возможности осуществлять эту деятельность, особенности ее организации и управления. Изменение границ торгового пространства влияет на экономику в целом. Кроме того, на современном этапе торговые пространства отчасти переместились в Интернет.

Понятие «финансовое пространство» введено в научный оборот лишь в последнее десятилетие. Оно понимается, во-первых, как поле функционирования финансово-кредитного механизма [12] распределения финансовых потоков, во-вторых, как географическая зона функционирования ведущих валют мировых организаций. В этом пространстве происходит реализация отношений между экономическими субъектами по поводу распределения и перераспределения созданного в обществе продукта и части национального богатства [12].

Подводя итоги, необходимо заметить, что анализ, проводившийся в статье, далеко не полон. Тема взаимосвязей, взаимодействий, пересечений экономического пространства с другими пространствами нуждается в дальнейшей разработке, так как выявление взаимосвязей и их особенностей приведет к выделению свойств, качеств, характеристик как самих пространств, так и наполняющих их объектов – материальных и нематериальных.

Библиографический список

1. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь. М.: Мысль, 1983.
2. Багиев Г. Л., Пинчук А. В., Серова Е. Г., Шульга А. О. К вопросу формирования концепции маркетинга пространственного взаимодействия// Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4 (44). С. 219-224.
3. Беков Р.С. Пространственно-временной метаморфоз экономической динамики России. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2004.
4. Бияков Олег Анатольевич. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2004. – 152 с.
5. Бурдые П. Начала. Пер. с фр. Шматко Н.А. М.: Socio-Logos, 1994. – 288 с.
6. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. – С. 25.
7. Гульбасов А.В. Концепция экономического пространства и ее потенциал в исследовании экономических процессов и явлений: автореф. дис. ... к.э.н. Иваново, 2007. – 165 с.
8. Дафт Р. Л., Мерфи Д., Уилмотт Х. Организационная теория и дизайн. Спб.: Питер. 2013. – 640 с.
9. Иванов Е. Ю. Информация как категория экономической теории // Экономика. – 2003. – №4.
10. Калинина А. Э. Теоретические аспекты исследования информационного пространства хозяйственной системы // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2006. – № 10. – С. 17-22.
11. Клейнер Г. Б. Ресурсная теория системной организации экономики // Российский журнал менеджмента. Том 9, № 3, 2011. С. 3-28. С. 10.
12. Климчук С. В. Финансовое пространство и его интеграционные приоритеты // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – №2 (28) repository.crirea.edu/jspui/bitstream/123456789/3488/1/Upravlen.pdf [Электронный ресурс] (дата обращения: 19.04.2014).
13. Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. М.: МИФИ, 2003. – 388 с.
14. Матвеев М.М. Теоретические основы концепции социоэкономического пространства // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 5 (5). – С. 43-50 [Электронный ресурс] <http://www.creativeconomy.ru/articles/14527/> (дата обращения: 06.03.2014).
15. Словарь понятий и терминов регионального управления [Электронный ресурс] vasilieva.narod.ru/ru/term_ru/termru_ogl.htm (дата обращения: 29.03.2014).
16. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. М.: Дело. Л.И. Лопатников, 2003.
17. Экономическое пространство и территория России [Электронный ресурс] [grandars.ru/География/Экономическое пространство](http://grandars.ru/География/Экономическое_пространство) (дата обращения: 29.03.2014).

18. Shibusawa H. Cyberspace and physical space in an urban economy // Papers in Regional Science. - 2000. - V. 79. - P. 254.

УДК 330.01

ББК65.01

ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ПРИНЦИПЫ И СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ В ИССЛЕДОВАНИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

Л.П. Буфетова

Новосибирский государственный университет

Представляется, что эффективность управления сферой экономической деятельности (экономической сферой – ЭС) зависит не только от учета конкретных обстоятельств места и времени, но и от понимания проявления общих принципов системной эволюции в движении ЭС. Чтобы это показать, нужно продемонстрировать действие принципов системной эволюции в развитии ЭС и с помощью структурных моделей системной эволюции исследовать одну из важных сторон развития ЭС: направления выхода из глубокого системного кризиса – направления трансформационных переходов.

I Принципы системной эволюции

Общественная эволюция означает движение от простых к все более сложным и разнообразным формам жизни. Это движение подчинено следующим известным эволюционным принципам: изменчивость, наследственность и естественный отбор.

Изменчивость. Эволюция предполагает динамику и движение, неустойчивость и изменчивость жизнепроявления общества. Изменения могут быть медленными или ускоряться, но они постоянны в общественном организме. *Изменчивость и связанная с ней динамика - первый принцип эволюции системы.*

В своем изменении система может как усложняться, так и упрощаться. Процесс упрощения связей и отношений между элементами системы является регрессом. Но такой ход развития - составная часть, фрагмент эволюционного движения общественной системы. В каждой меняющейся системе имеют место процессы и усложнения, и упрощения. Одни элементы усложняются, связи между ними становятся все более разнообразными, а другие не могут вписаться в происходящие изменения, и тогда для них наступает дискомфорт существования. Часто это обуславливает их перемещение на периферию общественной жизни и создание там анклавов апатичных, инертных, а то и деструктивных элементов, как это случилось с героями пьесы М. Горького “На дне”.

Сложные системы с их разнообразием элементов, отношений и связей (ЭОС) способны быстрее меняться через изменение своих структурных элементов, поскольку части подчас легче меняться, чем целому. Тем самым множится разнообразие элементов системы. А изменение частей ведет постепенно к изменению целого. Так, в общественной системе разнообразие начинается с флуктуаций, иногда малых и неприметных. Лояльность к флуктуациям - неперенное свойство эволюционирующей системы. Множество и разнообразие служат *механизмом* адаптации составляющих системы к изменчивости жизни.

Возможность изменений обуславливают разного рода инновации. Инновации выступают в качестве *способа* адаптации и потому относятся к эволюционному механизму, обеспечивающему изменчивость. Например, условием лояльности общественной системы, основанием которой является система специализированных машинных технологий, становится *частная собственность*. Непосредственная независимость производителей объективно ограничивает их интерес масштабами собственного производства, но одновременно ограничивает и возможность запрета другим на инновации. Так отношения частной собственности делают систему лояльной к технологическому прогрессу.

Усложнение системы, составляющее суть эволюции, порождает потребность в структурировании системы. Структурирование – это объединение по определенным правилам множества элементов, отношений и связей между ними [1], оно означает *переход от представления системы как части внешнего пространства к представлению ее в виде совокупности внутренних элементов и отношений*.¹

Структуризация системы является условием реализации принципа изменчивости. *Только в структурированном виде система может эволюционировать*. Структуризация реализуется в двух видах: в виде отношений субординации (выстраивание вертикальных связей) и в виде самоорганизации на основе развития горизонтальных связей. Эти две стороны медали единого процесса отражают проблему подчинения и независимости. Проблема субординации отношений сводится к тому, что абсолютизация подчинения может заблокировать изменчивость и динамизм, а проблема независимости – к тому, что чрезмерное ослабление субординации способно породить хаос, т.е. рассогласованность систем жизнедеятельности. *Самоорганизация*, как вид структурирования системы, призвана сбалансировать отношения подчинения и независимости, поскольку делает акцент на развитие горизонтальных связей и на способность элементов системы создавать своей реакцией сигналы обратной связи².

Самоорганизация системы важна при а) выборе направления развития общества, б) играет большую роль при выходе системы из критических ситуаций, в) влияет на скорость преодоления кризисных явлений, когда ослабевают властная иерархия [2]. Самоорганизация способна в одном случае восполнить дефицит власти, в другом - дополнить ее, ускорив изменения.

Наследственность. Во всякой эволюционирующей системе сосуществуют старые и новые ЭОС. Их взаимодействие подчиняется *второму принципу системной эволюции - наследственности*. Сохранение полезного накопленного опыта в самом широком смысле слова обеспечивает устойчивость и возможность эволюции системы. Механизмом выступают процессы восприятия, надстраивания и добавления. Сосуществование реализуется путем адаптации как новых, так и старых элементов к изменившимся условиям, заимствование

¹ Например, для компании рынок – внешняя среда. Благодаря маркетингу внешние элементы – спрос-предложение-цена – становятся внутренними элементами работы отделов маркетинга по законам рынка. Внешние хаотические взаимосвязи превратились в технологии организации удовлетворения потребностей.

² Когда самоорганизация общества слаба, то особую роль приобретает личность и организатор больших групп общества и объективируется роль власти в общественных преобразованиях.

части прежнего опыта с соответствующим его преобразованием, выработку общих, новых форм взаимодействия. Второй принцип можно назвать *принципом здорового консерватизма*.

Каждая общественная система вследствие исторических предпосылок и движения по своим внутренним законам содержит элементы прошлых и зарождающихся эпох, т.е. ЭОС нескольких состояний (несколько режимов состояний системы). Но до полного развития системы «инородные» элементы», формирующие определенные уклады, вынуждены подчиняться и воспринимать в своем функционировании системные «правила игры», возможно, готовя почву для их изменения, как, например, в истории купеческого капитала. Купеческий капитал, как известно, существовал в условиях феодализма по правилам доминирующего уклада – феодальных отношений, одновременно готовя наступление новых отношений будущей капиталистической системы, формируя и развивая институты рынка.

Принцип наследственности обеспечивает качественную устойчивость (детерминированность) системы, в основе которой лежит неопределенность поведения ее элементов. Так, рынок задает качественную определенность хозяйственной системы, взаимодействия в которой осуществляются на основе механизма спрос – предложение – цена. Но что, когда, сколько, кем и по какой цене будет на нем продаваться и покупаться - точно никогда предугадать нельзя. Поэтому, зная текущие цены, спрос и предложение, завтрашнюю цену товара предугадать всегда трудно. Хаотичные рыночные взаимодействия вырабатывают текущие параметры рынка, а завтра все может поменяться, но все равно взаимодействия будут осуществляться в рамках рыночных отношений.

Однако изменчивость берет верх тем, что развитие ЭОС системы в направлении реализации всех их внутренних свойств (формирование целостности системы) создает сначала предпосылки, а затем и условия для изменения качественных характеристик системы. Например, хаотичные вначале рыночные взаимодействия продавцов и покупателей потребительских товаров постепенно превращаются в специализированную деятельность по выявлению потребительских предпочтений и организацию их удовлетворения посредством обмена (маркетинг). Внешние взаимодействия стали частью внутреннего устройства элементов системы.

Естественный отбор. Сосуществование в системе одновременно процессов усложнения и упрощения, взаимодействие старых и новых элементов, отношений и связей порождает *третий принцип общей эволюции - естественного отбора*. В соответствии с ним сохраняются и воспроизводятся те из ЭОС, которые лучше соответствуют господствующим правилам системы или лучше адаптируются к канонам окружающей жизни. Иначе говоря, право на существование получают такие элементы системы, которые обеспечивают ее сохранение как системы, а также те, существование которых порождает флуктуации, *не разрушая систему*. Своим механизмом принцип естественного отбора имеет *конкуренцию* за условия существования при ограниченных ресурсах, вытесняющую элементы с меньшим адаптационным потенциалом.

Принципы изменчивости и наследственности определяют критерий естественного отбора только в самом общем виде, т.е. очень широко. Его конкретизация зависит от конкретных условий и состояния системы.

Реализация указанных принципов в известных обстоятельствах создает основу для неоднозначности результирующих изменений в системе. Так, в ходе трансформаций возможно появление состояний системы с господством преимущественно отживших и архаичных отношений, которые усваиваются значительной частью новых элементов. Тогда усиливается внутреннее противоречие между законсервированным старым и передовыми новыми элементами, присутствующими в системе в таком случае в качестве нежелательных элементов и отношений. Вероятность состояния системы, в которой уже существующие более сложные формы жизнедеятельности отменяются, выбрасываются (уничтожаются) и верх берут отжившие отношения, зависит от многих, часто случайных факторов. Неизбежным следствием тогда становится стагнация общества, его отставание от других человеческих сообществ, имеющих иные условия для восприятия новых общественных форм и отношений.

Нетрудно видеть, что перечисленные принципы системной эволюции взаимосвязаны и взаимообусловлены, что только совместно они обеспечивают движение системы. Тем не менее, не всегда возможно предвидеть конечный итог этого движения. В дальнейшем необходимо попытаться выявить причину такого исхода эволюции общественной системы.

II Структурные модели системной эволюции

Эволюционные принципы по-разному представлены в моделях системной эволюции. Отражение принципов системной эволюции представим на трех моделях, которые не исчерпывают всего их списка, но принципы их построения отражают развитие понимания обществом эволюционного движения. Модели различаются, прежде всего, исходными посылками и механизмом функционирования системы.

1. *Модель механистического детерминизма.* Модель исходит из всеобщей предопределенности движения любого элемента модели (модель Декарта). По законам механистического детерминизма прошлое определяет настоящее, а настоящее – будущее. Развитие идет строго по восходящей прямой. В такой модели автономность структурных элементов системы относительна, нет подчинения элементов, человек не может влиять на свою судьбу и судьбу других людей. В определенном смысле принцип “невидимой руки” несет отпечаток такой модели. Действуя независимо и к своей выгоде, субъект рынка, тем не менее, подчиняется действиям “невидимой руки”. Так, выбирая наиболее выгодную комбинацию факторов производства, производитель свободен в выборе объема и структуры производства, полагаясь на данные о текущих потребностях, представленных в системе цен. Масштаб производства определяется сегодня, и текущие решения обуславливают положение товаропроизводителя завтра. “Невидимая рука” отрегулирует сделку к пользе ее участников и общества.

2. *Модель статистического детерминизма.* В ней индивидам присуще вероятностное поведение, но при переходе на более высокие уровни системы и

системных взаимодействий детерминизм возрастает. Свойства системы определяют результаты индивидуальных и групповых взаимодействий только в среднем. Так, в теории трудовой стоимости закон стоимости регулирует цены не в каждой сделке купли-продажи и не на конкретный товар, а лишь *в среднем за определенный период на крупные товарные агрегаты, удовлетворяющие общественные потребности*. Этот системный закон (т.е. не действующий локально) в свободных играх обмена задает лишь самые общие правила обмена соотношением цен на товарные агрегаты. Чем более детализированы группы товаров, тем неопределеннее становится действие закона стоимости, тем большее значение приобретают индивидуальные взаимодействия и их последствия: возможность выбора условий производства и продажи, возможность не договориться о сделке, не продать товар, не получить прибыль.

Модель исходит из стремления системы к равновесному состоянию, достигаемому ею в какой-то момент своего движения по законам вероятности. Для индивида открывается возможность выбора, он может менять свою судьбу, а историческая предопределенность существует только на уровне системы в целом. Графически такая модель эволюции описывается волнообразной кривой (рис. 1).

Эта модель адекватна иерархической структуре довольно сложной системы и описывает движение экономической сферы по своим внутренним законам. Действительно, для расширения сферы жизнедеятельности экономическая система должна иметь «каркас» в виде совокупности общественных потребностей и ресурсов для их удовлетворения. Системное требование состоит в необходимости их удовлетворения и последующего расширения с использованием имеющихся, а в дальнейшем и возрастающих возможностей. Закон стоимости, как системный закон, соотносит на межотраслевом уровне масштаб и структуру общественных потребностей пропорциям производства, в котором применяются ограниченные ресурсы.

Результат действия закона предстает в системе относительных цен, а их конкретный уровень складывается на продуктовых и факторных рынках под влиянием спроса и предложения и отражает степень достижения системного требования. Так на уровне целого воспроизводятся свойства системы. На индивидуальном уровне неопределенность поведения элементов системы в условиях естественного отбора и свободы выбора способствует изменению системы по законам рынка.

Поскольку главным является сохранение и реализация свойств системы, то в переходных процессах предпочтение отдается траектории движения системы, а не ее частей, ибо состояние системы не выводится как наиболее вероятностное состояние ее частей.

Системные законы задают характер и направление эволюции целого, которые реализуются в локальных, частных взаимодействиях, изменчивых и не вполне определенных.

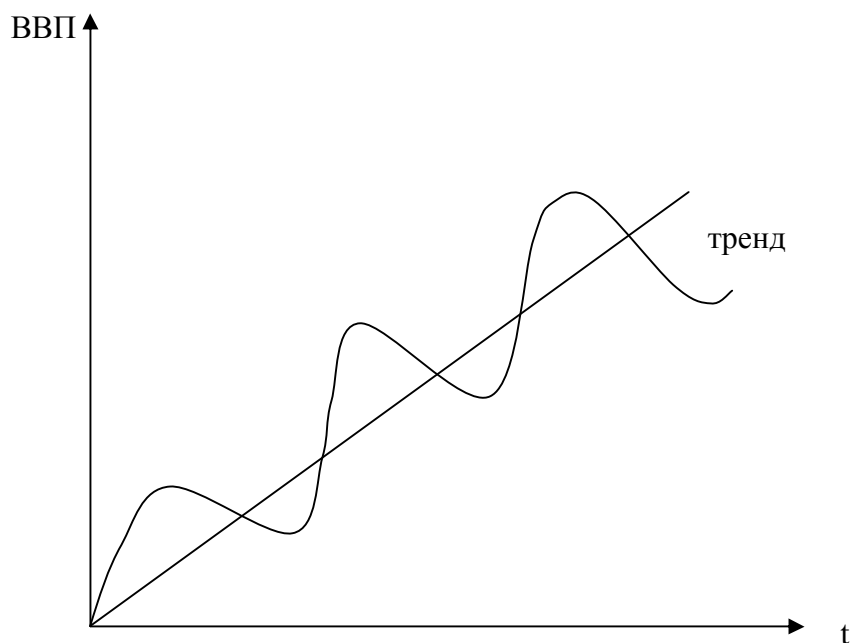


Рис. 1. Графическая иллюстрация модели статистического детерминизма

3. *Модель люксембургской школы.* В ней акцентируется внимание на неустойчивых состояниях системы как закономерностях эволюции и вопросах перехода из одного состояния в другое. В исследовании эволюции особую роль модель отводит крайне неустойчивым ситуациям при достижении системой пороговых (крайних) значений своего развития. При достижении таких значений система может перейти в хаотическое состояние, которое способно преобразоваться в структурированное, а система усложниться. Но для такого преобразования она должна обладать способностью к самоорганизации [1,2].

Один важный аспект анализа эволюции в рамках третьей модели можно проиллюстрировать на следующей физической модели. В гладком потоке воды, когда сила ее напора создает сопротивление ламинарному потоку молекул, какая-нибудь из них, пытаясь преодолеть это сопротивление, начинает вращаться, создавая тем самым вокруг себя зону пониженного сопротивления. В эту зону вовлекаются другие молекулы, и возникает системное явление - водоворот. В водовороте скорость молекул возрастает как закономерный результат нового упорядоченного состояния.

В этом примере обозначены, на наш взгляд, три важных для последующего анализа момента:

- 1) особая роль элемента-инноватора в неравновесных состояниях системы;
- 2) самоорганизация, обеспечивающая взаимосвязь локальных и системных процессов: структурирование, начатое на локальном уровне, порождает в своем результате новое состояние системы;
- 3) лояльность системы к новым моделям поведения своих элементов. Система должна допускать, более того, порождать флуктуации. Как уже отмечалось, в системе товарного производства частная собственность, как системная характеристика рыночной экономики, обеспечивает лояльность к действиям других элементов, не запрещая инновации как на индивидуальном уровне, так и

в общественном масштабе. Экономическая независимость друг от друга делает собственников свободными в своих хозяйственных решениях.

Третья модель дополняет картину эволюции, включив прохождение системой пороговых точек, возникающих под действием как внутренних, так и внешних факторов. Однако именно процесс прохождения пороговых значений, делающих систему неустойчивой, и траектория выхода порождает ряд вопросов. Основой для них является очевидное стремление системы к сохранению своей целостности (или качественной определенности), с одной стороны, и выбор направления неизбежной трансформации системы – с другой.

Какие элементы и отношения будут при этом использоваться? Преимущественно новые или привычные и традиционные? Находясь в неравновесном состоянии, система становится весьма чувствительной к внешним порой очень незначительным воздействиям. И невозможно предсказать, в каком направлении и как резко будет меняться система: станет ли она более хаотичной или перейдет на более дифференцированный и упорядоченный уровень. В подобной неравновесной ситуации управление перестройкой системы может оказаться неблагодарным делом, ибо даже слабые управленческие сигналы способны породить неожиданные и сильные отклики и привести к непредсказуемым эффектам. Скажем, стандартный монетаристский прием либерализации цен для балансирования спроса и предложения породил в России начала 1990-х годов феномен кризиса неплатежей, который исказил картину санации устаревших звеньев общественной технологической системы. Неплатежи придавили и дееспособные с точки зрения платежеспособного спроса виды производства.

График модели эволюции люксембургской школы представлен на рис. 2. На нем обозначены четыре временных точки (1,2,3,4) и последовательность вероятных состояний, для простоты возьмем лишь крайние возможные состояния: 1, включающие прогрессивные ЭОС, и 0 – устаревшие и отжившие с позиций поступательного движения ЭОС.

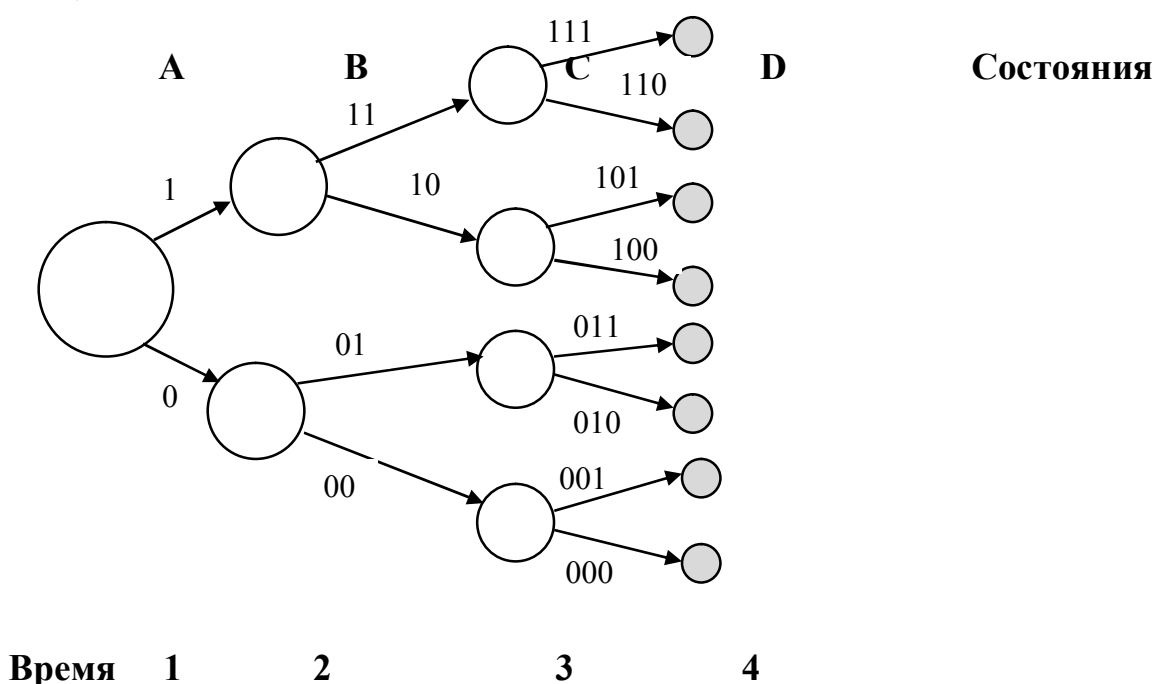


Рис. 2. Схема системной эволюции модели люксембургской школы

Между ними возможен, вообще говоря, целый ряд, но конечных состояний, связанных с разными режимами функционирования системы (имеющимися социально-экономическими укладами). Из начального состояния А, содержащего характеристики системы 1 и 0, система может случайным образом оказаться в состоянии В, двигаясь по траектории либо 1, либо 0. В состоянии В возможны разные режимы состояний системы: при господстве характеристик 1 или 0 в зависимости от траектории трансформации. Но оба вида режимных состояний системы будет включать состояние В. Переход в состояние С порождает целую совокупность траекторий, различающихся доминирующими ЭОС, которые определяют содержание трансформации. Стрелки показывают переход в состояние, а цифры на первом месте – доминирующие ЭОС и их сочетание с другими возможными режимами состояния системы. Важно, что система будет включать обе исходные характеристики, но в разном сочетании и соподчинении: наиболее реализованные режимы – первое место на направлении траектории, менее или нереализованные режимы состояния системы – на последующих местах. Получается, что возможные траектории развития внутренне присущи системе и базируются на существующих режимных системных состояниях [3]. А возможные варианты состояния системы включают признаки нереализованного состояния 0 (при анализе верхней ветви траекторий признак 0 характеризует не ведущие ЭОС).

В ходе движения общее прошлое в возможных новых вариантах сохраняется в трансформированном, адаптированном виде, препятствуя или, наоборот, способствуя развитию системы³.

Итак, состояние системы в любой момент своего развития включает в разном соподчинении и развитии новые и старые элементы (принцип наследственности и разнообразия). В частности, современная экономика содержит ОЭС, соответствующие рыночной и государственной экономике, теневым и полупфеодальным отношениям, представляя сложную динамическую и, в общем-то, сбалансированную структуру.

В каком направлении станет развиваться система при достижении ею пороговых значений (и не всегда важно, по каким причинам она оказалась в неустойчивом состоянии)? По Пригожину [2], направления трансформации не являются случайными и обусловлены активизацией траекторий развития, существовавших в латентном состоянии. Тогда каковы могут быть причины, активизирующие те или иные траектории выхода из кризиса?

Для ответа на этот вопрос важно, на наш взгляд, понимание достигнутого уровня целостности системы⁴, степени незавершенности движения к своей целостности. *В какой мере эта незавершенность влияет на направление движения в иное состояние?*

³ Важно подчеркнуть, что по Пригожину, в случае нелинейного перехода, связанного с внешними воздействиями, невозможно предсказать его исход, опираясь на параметры системы или эволюционные принципы (см. [2]).

⁴ Целостность экономической сферы означает, что в ее составе сложились все структурные элементы, сформировалось функциональное поле для движения факторов производства и продуктов, и законы рынка являются главными и определяющими в экономическом кругообороте создаваемых благ и факторов производства.

В ходе своего исторического обособления в самостоятельную подсистему, когда экономическая сфера еще не представляет целостности, под влиянием внешних обстоятельств или других подсистем общества⁵ экономика может оказаться в глубоком кризисе. Выход из него сопряжен с формированием нового состояния общества и экономической сферы. Но какие формы жизни станут доминирующими? Ведь экономическая сфера, впрочем, как и вся ткань общественной жизни, включает разные уклады и слои. Нормы, традиции, правила (институты) каких из них станут опорой для трансформации и преодоления кризиса? На наш взгляд, степень реализации свойств системы, т.е. ее целостность, во многом определяет направление скачка и выхода из кризиса.

Целостность системы определяет меру реализации свойств системы. Развитие системы в направлении целостности состоит в тиражировании ее собственных ЭОС, приспособлении к своим нуждам из прежнего наследия всего, что может служить ее целям, формирование недостающих ЭОС по критериям экономической эффективности на основе конкуренции.

Однако на начальных этапах развития системы (в переходном состоянии) старые и новые элементы и отношения осваивают, вырабатывают, тиражируют формы жизнедеятельности, присущие этой системе. Ее конституирующие элементы уже «победили», но еще не успели преобразовать прежние элементы и отношения, усвоив на основе своих критериев их позитивный опыт. Новые механизмы самоорганизации также находятся в стадии становления и утверждения. Такая система при достижении по каким-либо причинам своих предельных состояний имеет больше шансов разрушиться или вернуться к старым, привычным формам жизни и связям, чем развитая, целостная система.

Если в таком переходном состоянии общество вдруг оказалось в глубоком социально-экономическом кризисе, который грозит распадом систем жизнеобеспечения и целостности общества, то основой для сохранения целостности могут оказаться как прежние, нерыночные ЭОС, так и новые - экономические. Скачок может осуществиться в направлении укрепления привычных, господствовавших прежде норм жизни, как гарантия сохранения целостности системы, а может - в переходе к более сложным формам экономической жизни. При всей случайности направления скачка, прошлое сильно неоднородной системы будет играть немаловажную роль в выборе направления. Вероятность выхода из кризиса на основе усложнения форм экономической жизни возрастает в том случае, если экономическая система близка к своей целостности: экономическая сфера уже обособилась и развивается по своим внутренним законам, транслируя даже свои принципы и правила в другие подсистемы жизнедеятельности общества. В этом случае удержаться в сложившейся «колее» проще, но гарантий все равно нет. Поскольку эволюция экономической сферы – составная часть эволюции общества и его частей, то результат их взаимодействия в период глубоких кризисов нельзя определить однозначно.

⁵ Экономическая сфера, как подсистема жизнедеятельности общества, испытывает влияние других его подсистем (политики, идеологии, культуры, религии и т.п.), а также влияние иных обстоятельств (войны, стихийные бедствия, резкое сокращение доступных ресурсов и т.п.). В последующем акцент будет сделан на трансформации ЭС под влиянием ее внутренних причин.

III Некоторые исторические примеры эволюционных поворотов

Иллюстрацию сказанному рассмотрим на ряде исторических примеров. Первый пример относится к периоду Великой депрессии в США (1929-1933 г.г.) и Новому курсу Ф. Рузвельта. К началу кризиса в США сложилась сфера экономической деятельности, которая, двигаясь по внутренним, рыночным законам, очутилась в глубочайшем кризисе. Новый курс спас систему частного предпринимательства в США методами, далекими от либеральных. Но спас именно принципы, отношения, правила либеральной экономики. Для того, чтобы восстановить экономическую деятельность, Ф. Рузвельт вернул к нормальному функционированию институты рыночной экономики: банки, денежную систему, конкуренцию. При этом опирался Новый курс на глубокие рыночные традиции в поведении населения, сложившуюся систему экономических отношений, ценностей и дееспособный механизм власти.

В этот же период, как известно, при выходе из кризиса Германии не удалось удержаться в русле рыночных преобразований: произошло усиление роли государства в экономике и командных методов управления, в основе которых лежали идеологические доктрины. В отличие от США, экономическая сфера в Германии из-за исторических условий своего более позднего обособления и развития не достигла своей целостности. Это во многом предопределило возвращение к прежним дорыночным (имперским) методам управления обществом и экономикой для сохранения целостности системы.

В качестве еще одного примера рассмотрим ситуацию в истории России начала XX века. В результате исторического развития и Первой мировой войны страна оказалась в глубоком социально-экономическом кризисе. Недееспособная власть молодого российского капитала после февральской 1917 года революции не смогла удержать преобразования в русле развития рыночной экономики. После октября 1917 г. новая власть через колебания от административно-распределительной системы (Военный коммунизм) к государственно-монополистическому капитализму – короткий период в НЭПе – обращается к привычным нормам и традициям общественной жизни, в основе которых лежат отношения патриархальности, полуфеодальные, административные методы регулирования: прикрепление крестьян к земле, контроль распределения городского населения и выпускников вузов за местом работы, нерыночные методы распределения факторов производства и произведенной продукции.

Если учесть, что рыночные взаимодействия порождали эффекты, нежелательные с точки зрения новых идеологических представлений – дифференциацию доходов, появление наемного труда и капитала, – то для сохранения целостности в системе были восстановлены докапиталистические методы управления⁶, которые еще сохранились в памяти населения, были привычны⁷. Конечно, старые военно-феодальные отношения применялись в измененном виде, приспособленном к новым условиям. Хотя и названы были с целью их оправ-

⁶ С капиталистическими методами новая власть боролась, поэтому объективно, даже того не желая, она восстановила дорыночные методы хозяйствования.

⁷ Если вспомнить, что формально крепостные отношения были отменены в 1861 году, а НЭП начался в 1921 году, то станет понятным, какие элементы, отношения и связи были востребованы при свертывании НЭПа.

дания социалистическими. Старые способы и механизмы управления были использованы для преобразований, которые являются прерогативой капитала: индустриализация, аграрные преобразования⁸, повышение грамотности.

Создав основы индустриальной экономики, административная система по своей природе не могла обеспечить условий для ее саморазвития: рынок и негибкость административных методов несовместимы. Природа машинного производства требует активного субъектного начала, оставляя за государством регулирование социальных процессов и воспроизводства общественного капитала, создания основ экономического порядка и его гарантии. Несмотря на безусловные успехи советской власти в области развития науки и образования, со временем тиражирование передовых технологий испытывало возрастающие трудности. Для их преодоления нужна была конкуренция на основе частной собственности.

В итоге со временем потребности экономической сферы – нереализованное прошлое - пришли в противоречие с неадекватными ей способами управления, ценностями и мотивами участников экономической деятельности. Это обусловило череду послевоенных экономических реформ в СССР вплоть до середины 1980-х годов. Экономические послевоенные реформы, начиная с 1953 года, пусть робко, нерешительно, половинчато, с откатами назад, как это было с реформой 1965-69 г.г., были направлены на либерализацию экономической жизни, на развитие экономических отношений.

Таким образом, незавершенность в формировании целостности экономической сферы в России после перехода в первой половине XX века в новое состояние на основе дорыночных способов хозяйствования, определила характеристики этого состояния и, вообще говоря, вектор дальнейшего развития экономики: постепенное, хотя и долгое восстановление приоритетов экономической деятельности. То есть объективность эволюции экономической сферы проявляется и в состояниях, которые препятствуют ее развитию по внутренним рыночным законам и в которых она может оказаться вполне случайно, преодолевая глубокие катаклизмы. Это доказывает не только исторический опыт России, но и всех современных развивающихся стран, которые, каждый по-своему, осваивает законы экономической сферы в условиях традиционных форм хозяйственной деятельности.

Выводы. В модели статистического детерминизма причины, источники кризисов и механизмы их преодоления находятся внутри экономической сферы. В модели люксембургской школы системная эволюция дополняется анализом направлений трансформационных переходов, обусловленных разнообразием внутренних системных состояний.

Принципы общей системной эволюции реализуются в системе в целом тогда, когда не заблокированы механизмы их действия. Это - важное условие для эволюции в рамках модели статистического детерминизма и важная предпосылка для преодоления пороговых точек в люксембургской модели. Степень

⁸ Аграрные преобразования в СССР в предвоенный период служили интересам мобилизации ресурсов для индустриализации и породили эффект «повторного закрепощения».

целостности системы влияет на согласованность и эффективность работы механизмов системной эволюции, но главное – на направление трансформационных переходах при преодолении пороговых состояний системы.

Библиографический список

1. Клейнер Б.Г. Эволюция институциональных систем. М.: Наука, 2004. – 238 с.
2. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой: пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 432 с.
3. Евстигнеев В. Р. Идеи И. Пригожина в экономике. Нелинейность и финансовые системы // *Общественные науки и современность*. 1998. №1.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Т.Ю. Важенина

АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (институт)», г. Барнаул

В данной статье рассмотрены критерии оценки эффективности социально-экономического развития региона, раскрыта сущность программно-целевого подхода. Проанализирована практика разработки и реализации федеральных целевых программ в субъектах РФ. Особое внимание уделено современной практике регионального программирования.

В современных условиях глобализации региональные проблемы играют важную роль в развитии большинства регионов страны. Много общих черт прослеживается в подходах разных регионов к решению своих внутренних проблем. Поэтому исследование и регулирование регионального развития Алтайского края необходимо проводить с учетом опыта других субъектов Российской Федерации и зарубежных стран.

В настоящее время сложилось достаточно устойчивое представление о «программах» и «программно-целевых методах управления», об этом свидетельствует исследование теории и практики решения задач социально-экономического развития страны и регионов на межотраслевой основе.

Большая часть субъектов федерации и муниципальных образований в нормативных актах, регламентирующих порядок разработки и реализации федеральных, областных и муниципальных программ, придерживается одной точки зрения с небольшими, не меняющими сущность отличиями.

Определение целевых программ приведено в федеральном законодательстве: «Федеральные целевые программы и межгосударственные целевые программы, в осуществлении которых участвует РФ, представляют собой увязанный по задачам, ресурсам и срокам осуществления комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение системных проблем в области государственного, экономического, экологического, социального и культурного разви-

тия РФ» [4].

Сущность программно-целевого подхода можно интерпретировать как научно-методические основы управления решением сложных проблем с использованием целевых программ.

Рассмотрим анализ практики планирования социально-экономического развития 60 субъектов Российской Федерации, который провели отечественные ученые Михаил Алексеевич Николаев и Марина Юрьевна Махотаева. В соответствии с требованиями и перечнем документов, предусмотренных федеральным законом для разработки на региональном уровне, авторы анализа исходили из наличия следующих критериев [3]:

- долгосрочные стратегические документы – концепции, стратегические планы;
- комплексные программы социально-экономического развития;
- органы власти, отвечающие за разработку документов социально-экономического развития;
- региональные целевые программы;
- региональные законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие разработку документов социально-экономического развития;
- системы планов;
- системы региональных прогнозов;
- участие в федеральных целевых программах развития регионов.

Необходимо отметить, что проведенная работа по исследованию регионов является одной из немногих попыток анализа проблем программирования, которые характерны для всех регионов.

Проведенные исследования показали, что все рассмотренные регионы осуществляют определенную деятельность по плановому регулированию социально-экономического развития.

Вместе с тем интенсивность деятельности по программированию в регионах неодинакова. Как свидетельствует анализ нормативно-правовой базы в субъектах Российской Федерации, даже лучшие регионы до сих пор не определили правовые основы, цели и содержание системы прогнозирования программ социально-экономического развития, а также общий порядок их разработки. Следовательно, не сформулированы требования к перечню, структуре и содержанию документов, в соответствии с которыми осуществляется плановое регулирование регионального социально-экономического развития. Так, только в 18 субъектах, т.е. менее чем в 1/3 (включая Алтайский край), приняты собственные законы о прогнозировании и программах социально-экономического развития. Лишь в половине субъектов имеются законы или нормативно-правовые акты, регламентирующие разработку региональных целевых программ. Таким образом, нормативно-правовая база регионального программирования продолжает находиться в стадии формирования.

В каждом регионе в рамках исполнительных органов власти выделены структурные подразделения, непосредственно отвечающие за разработку прогнозов, концепций и программ социально-экономического развития. Результаты прогнозирования используются органами государственной власти при при-

нятии решений в области социально-экономической политики региона.

Проведенный анализ практики планирования позволил выявить основные виды, направления и степень интенсивности региональной плановой деятельности. В частности, при различных формах и методах планирования, сферы и проблемы едины для всех рассмотренных регионов. Главными направлениями планирования являются:

- достижение экономически и социально оправданного уровня комплексности и рационализации структуры хозяйства регионов, повышение жизнеспособности региональной экономики;

- содействие проведению экономических реформ, становление региональных и общероссийских рынков товаров, труда и капитала, институциональной и рыночной инфраструктуры;

- сокращение дифференциации уровня социально-экономического развития районов и городов, поэтапное создание условий для укрепления в них собственной экономической базы.

Первое место по приоритетности занимают программы развития и реформирования региональных экономик, особенно это характерно для аграрно-промышленного Алтайского края. Большое значение придается также формированию эффективной социальной политики, позволяющей повысить уровень жизни населения. Несколько меньше внимания уделяется перспективному развитию регионов. Разработка средне- и долгосрочных программ и стратегических документов остается пока недостаточной. Тем не менее, в большинстве регионов России наметились некоторые позитивные тенденции. Это, прежде всего, – переход от подготовки краткосрочных и антикризисных программ к составлению документов средне- и долгосрочного социально-экономического развития: концепций, стратегических планов, долгосрочных комплексных программ [2,3].

Для выявления причин низкой эффективности регионального перспективного планирования и оценки анализа качества разработанных стратегических документов существует методология экономических измерений, для решения задач данного класса применяется подход, основанный на построении интегрированных (сводных) показателей. В качестве первичных индикаторов использована следующая система критериев:

- наличие и глубина комплексного анализа и оценки исходной социально-экономической ситуации;

- наличие и уровень проработки механизма реализации документа;

- наличие и уровень проработки региональной социально-экономической политики;

- наличие и уровень проработки стратегического выбора региона;

- наличие и уровень проработки целей стратегического развития региона;

- наличие легитимности;

- наличие мониторинга и условий корректировки;

- уровень организации разработки;

- уровень публичного обсуждения и наличие общественного согласия;

- уровень системности разработки документа.

Каждому показателю присвоен свой ранг, который оценивается баллом от 0 до 5. Все показатели признаны равноценными. При этом чем выше значение оценки, тем в лучшем положении (по данному показателю) находится соответствующий документ.

В ходе анализа выявляются основные недостатки в разработанных стратегических документах:

- в большинстве концепций не предусмотрены механизмы мониторинга, благодаря которым можно отслеживать прогресс в их реализации и обеспечивать обратную связь;

- неглубокий и некомплексный анализ социально-экономической ситуации в регионе, который не дает полной характеристики тенденций развития региона, полного наличия имеющихся ресурсов (потенциала);

- отсутствие должной увязки рассматриваемых документов с перспективами развития Федерации и муниципальных образований ведет к несоблюдению принципа системности, который негативно влияет на потенциальную эффективность подготовленных концепций;

- слабая проработка блока целеполагания, цели развития нечетко определены, не говоря уже об их количественном выражении, полностью отсутствует научное обоснование таких целей;

- существенным недостатком большинства концепций является слабая поддержка программных мер действенными механизмами их реализации, хотя регионы должны параллельно разрабатывать программы социально-экономического развития и соответственно планы действий по их реализации.

Сложившаяся к настоящему времени в Российской Федерации практика разработки и реализации федеральных целевых программ имеет ряд достоинств и недостатков. К достоинствам следует отнести:

- направленность на решение наиболее важных проблем регионов, структурную перестройку их экономики, приведение ее в соответствие с новыми рыночными реалиями, в том числе через активизацию «точек роста» (отраслевых и территориальных);

- наличие минимальной законодательной базы, обеспечивающей действие механизма подготовки, принятия и реализации федеральных и региональных программ;

- нацеленность на регионы с наиболее острыми экономическими, социальными и экологическими проблемами и как следствие – на решение проблемы асимметрии в региональной структуре экономики страны;

- предоставление реальной возможности руководству регионов, занятому решением преимущественно рутинных задач, определить как стратегические цели, так и программу последовательных действий по оздоровлению региональных финансов [1].

Недостатки включают в себя:

- явно недостаточное финансирование из федерального бюджета, бюджетов субъектов Федерации и особенно внебюджетных источников при том, что самими программами определено, что именно внебюджетные источники являются основными;

- недостаточное использование возможностей, заложенных в эффективном сочетании рыночных механизмов и методов государственного регулирования;
- несоблюдение необходимой последовательности реализации программных мероприятий, т.е. определение размеров государственной поддержки в виде ежегодных бюджетных назначений никак не увязывается со сроками осуществления мероприятий;
- низкая степень координации всех осуществляемых в регионе программ, так как взаимодействие государственных заказчиков этих программ с региональными администрациями не отлажено в должной мере;
- сохранение в большинстве регионов традиционно иждивенческого подхода исключительно как к источнику получения дополнительных финансовых ресурсов из федерального бюджета.

По нашему мнению, наибольшие трудности вызывает проблема поиска дополнительных источников финансирования, так как федеральный бюджет может и должен обеспечивать только часть потребности в финансовых ресурсах, необходимых для реализации. Оптимальным ее решением является создание таких условий, при которых осуществление мероприятий способствует образованию источников накопления инвестиционных ресурсов для дальнейшего развития программы. Накапливая инвестиционные ресурсы в процессе реализации быстро окупаемых программных мероприятий, необходимо направлять их на финансирование объектов долговременного стратегического характера, способных стать ключевыми для социально-экономического развития региона. Основой при этом является такое сочетание мероприятий в составе программы, которое позволило бы добиться окупаемости части инвестиций в кратко- и среднесрочном периоде и достижения значимых социальных и экономических целей в долгосрочной перспективе, причем использоваться такое сочетание должно уже в процессе разработки и обоснования программы.

Что касается опыта зарубежных стран, то сегодня в странах с развитой рыночной экономикой, таких как США, Италия, Франция, Финляндия, в частности, в США применяют этот механизм для решения региональных проблем в сфере строительства дорог, развития малого бизнеса, экологии в 43 штатах из 50, во Франции – для восстановления экономики депрессивных регионов. Отрицательные результаты в реализации федеральных целевых программ регионального развития в нашей стране связаны с организационными, методическими, экономическими проблемами, отсутствием соответствующего законодательного и нормативного обеспечения [1].

Таким образом, из практического опыта программирования социально-экономического развития в субъектах Российской Федерации следует, что одной из серьезных трудностей является отсутствие научно обоснованного механизма реализации программ развития регионов. Разработка такого механизма призвана способствовать существенному повышению эффективности программирования социально-экономического развития субъектов Федерации.

Библиографический список

1. Важенина Т.Ю. Целевые программы как инструмент государственного

регулирования регионального развития // Предпринимательство. – 2013. – №1.

2. Об утверждении краевой программы «Улучшение инвестиционного климата в Алтайском крае» на 2011-2016 годы: постановление Администрации Алтайского края от 15.06.2011 № 314. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru.

3. Калюжнова, Н.Я. Конкуренентоспособность регионов в условиях глобализации / Н.Я. Калюжнова. – М.: ТЕИС, 2004.

4. Полтарыхин А.Л. Инвестиционная активность как материальная основа инновационного процесса // Гражданское общество и правовое государство. 2013. Т. 1. С. 170-172.

5. Постановление ГД ФС РФ от 01.07.2011 № 5565-5 ГД «О проекте федерального закона № 68749-3О Федеральных целевых программах регионального развития» - www.consultant.ru

6. Строителева Т.Г. Методические подходы к оценке эффективности социально-экономических программ регионов России: Т.Г. Строителева, Л.В. Ятченко // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2013. № 2. С. 43-46.

7. Строителева Т.Г. Проблемы теоретико-методологического обеспечения устойчивого развития отечественной экономики // Экономика устойчивого развития. 2010. № 1. С. 98 – 107.

8. Швецов, Ю.Г. Проблемы реализации федеральных целевых программ на региональном уровне / Ю.Г. Швецов, И.В. Миркина // Финансы. – 2005. – № 5.

ББК 65.262.52

СПОСОБЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ

Т.Н. Глазкова, Ю.С. Демченко

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

Все большую популярность приобретают драгоценные металлы как способ инвестирования. Важнейшим преимуществом является то, что данные инвестиции не имеют отношения ни к одной из мировых валют.

Федеральным законом от 10.12.2003 № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» определены принципы осуществления операций с валютой и валютными ценностями в России, права и обязанности юридических и физических лиц в отношении владения, пользования и распоряжения валютными ценностями, ответственность за нарушение валютного законодательства. Данный закон относит к драгоценным металлам - золото, серебро, платину и металлы платиновой группы (палладий, иридий, рутений и осмий) в любом виде и состоянии, за исключением ювелирных и других бытовых изделий, а также лома таких изделий [1].

Состав операций с драгоценными металлами и порядок их проведения, перечень допускаемых участников этих операций и сделок установлены Федеральным законом от 26.03.98 № 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Закон отражает квалификацию действий, которые участники внутреннего российского рынка могут осуществлять в отношении драгоценных металлов и драгоценных камней, а также принципы учета этих действий.

Для осуществления операций с драгоценными металлами банки должны иметь специальную лицензию или разрешения (такие банки называются специально уполномоченные банки) и без такой лицензии. При наличии лицензии банки уполномочены проводить следующие операции и сделки с драгоценными металлами:

1) покупать и продавать их как за свой счет, так и за счет своих клиентов, действуя в качестве комиссионера или поверенного по договорам комиссии или поручения;

2) привлекать драгоценные металлы во вклады (до востребования и на определенный срок) от физических и юридических лиц;

3) размещать привлеченные и собственные драгоценные металлы от своего имени и за свой счет на депозитные счета в других банках, а также предоставлять займы в драгоценных металлах;

4) предоставлять и получать рублевые и валютные кредиты под залог драгоценных металлов;

5) хранить и перевозить драгоценные металлы [3].

Актуальность инвестирования в драгоценные металлы возрастает в периоды роста неопределенности на валютном рынке, усиления инфляционного давления и рецессионных процессов. Одновременно с этим инвестиции в драгоценные металлы носят долгосрочный характер и не подходят для краткосрочных спекуляций в силу специфики драгоценных металлов. Резкий рост спроса на драгоценные металлы наблюдался в России в период девальвации рубля, а также в результате сокращения их добычи. Это объясняется, прежде всего, тем, что в данных условиях, генерирующих высокие экономические риски, первоочередной задачей для инвесторов является не столько приумножение своего капитала, сколько стремление сохранить его.

Ценовая политика на внутреннем рынке Центрального банка РФ определяется задачами, которые ставятся при формировании золотовалютных резервов (обеспечение внешней ликвидности, поддержание курса национальной валюты), а также функциями, которые выполняет золото как актив, предназначенный к использованию для чрезвычайных государственных нужд и повышающий доверие к национальной денежной единице.

Исходя из того, что степень ликвидности золота окончательно определяется в центрах мировой торговли драгоценных металлов (например, на Лондонской бирже), цена покупки золота Центральным банком Российской Федерации привязана к его стоимости на мировых рынках. Традиционно разница между ценой золота на региональных рынках отличается от цен мировых рынков на стоимость накладных расходов (включая транспортировку, таможенные сборы и др.) по перемещению золота между мировыми и региональными рынками, что берется за основу и при установлении котировок ЦБ РФ по драгоценным металлам.

Официальное котирование драгоценных металлов Центральный банк РФ стал осуществлять с 8 июля 1997 г. Цена на золото, серебро, палладий и платину устанавливается ежедневно в 10 часов утра на основе значений вечернего фиксинга на золото и дневного фиксинга – на серебро, палладий и платину на

лондонском спот-рынке наличного металла предшествующего дня. Цена покупки на 2% ниже Лондонского фиксинга, цена продажи – не выше (разница, по расчетам ЦБ РФ, покрывает затраты на хранение металла). В настоящий момент ежедневные котировки ЦБ РФ являются основным ценовым индикатором для коммерческих банков [2].

Одна из наиболее серьезных проблем, сдерживающих дальнейшее развитие внутреннего рынка драгоценных металлов в России, – слабая ликвидность золота для реальных инвесторов (юридических и физических лиц). Это объясняется тем, что при продаже им банковских слитков и монет из драгоценных металлов взимается НДС, размер которого делает эту операцию экономически нерентабельной.

Самые активные участники российского рынка драгоценных металлов (кроме государства) – коммерческие банки. Их деятельность на этом сегменте рынка активизировалась с целью привлечения капиталов для развития золотодобывающей отрасли и создания нового банковского рынка. Наибольшее число сделок совершается на межбанковском рынке с безналичным металлом [2].

По данным крупнейшего швейцарского финансового конгломерата UBS, мировой инвестиционный спрос на золото остается стабильным и занимает лидирующую позицию в структуре потребления каждого из четырех драгоценных металлов (табл. 1).

Таблица 1

Структура мирового спроса на драгоценные металлы в 2013 г., %

Показатель	Золото	Серебро	Платина	Палладий
Мировой инвестиционный спрос	45	30	15	10
Мировой промышленный спрос	10	30	25	35

Данная позиция золота связана с тем, что международные инвесторы и мировые центральные банки используют золото в качестве альтернативы американскому доллару, а серебро, платина и палладий, являясь драгоценными металлами, в основном применяются в промышленности.

На рисунке 1 представлена динамика цен на драгоценные металлы с января 2012 г. по январь 2014 г.

Динамика цен золота выступает в роли важного экономического показателя, который в определенной мере позволяет оценить склонность инвесторов к рискам. В периоды экономической нестабильности инвесторы прибегают к инвестиционным инструментам, позволяющим в первую очередь обезопасить активы от обесценивания. Если же назревает экономический рост, ситуация меняется в обратную сторону: инвесторы переключаются к вопросу о повышении доходности, а цена на золото начинает падать.

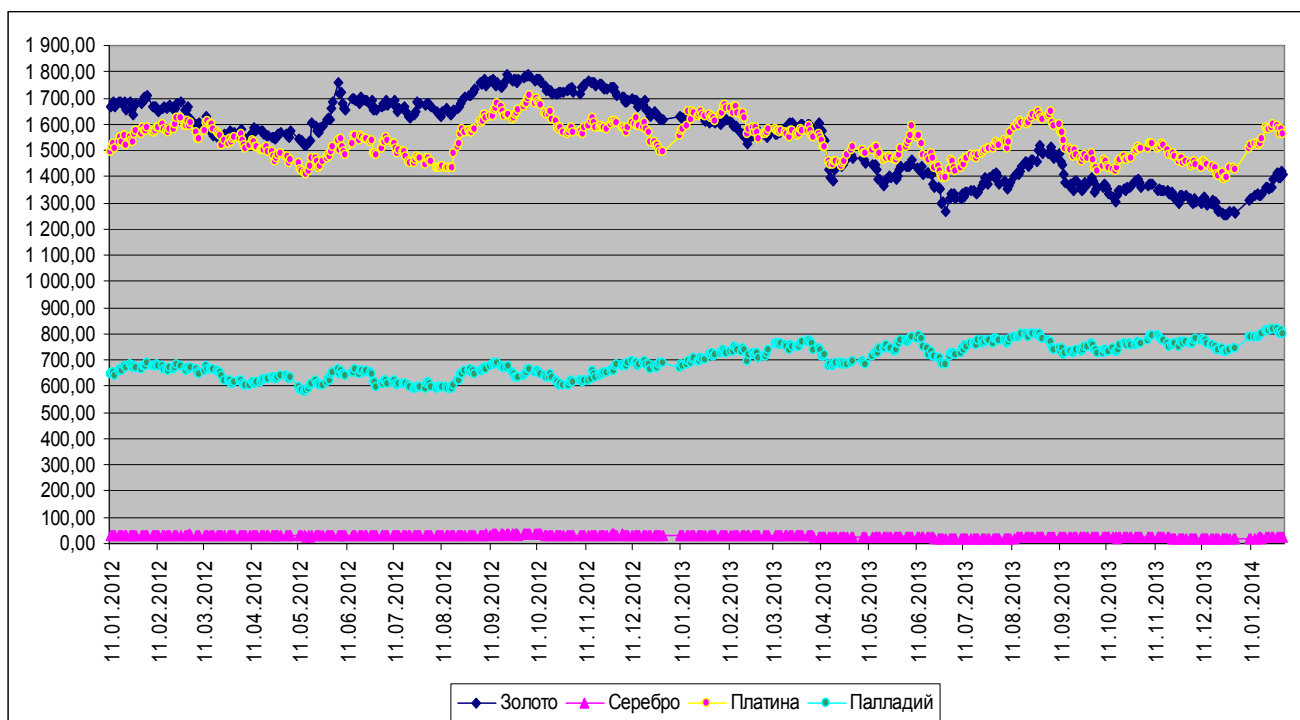


Рис. 1. Динамика цен на драгоценные металлы с января 2012 г. по январь 2014 г. (по ценам ЦБ РФ, руб.).

В Российской Федерации к основным способам инвестирования средств в драгоценные металлы можно отнести: инвестиционные монеты, обезличенные металлические счета, слитки драгоценных металлов.

Самые популярные операции с драгметаллами с инвестиционной точки зрения – открытие металлических счетов и приобретение инвестиционных монет.

Обезличенные металлические счета (ОМС) являются оптимальным вариантом размещения свободных средств в случае, когда металл стабильно растет в цене. Суть услуги в том, что клиент покупает металл, но получает на руки не сам слиток, а документ, подтверждающий право обладания им. Таким документом является сберегательная книжка, в которой фиксируется количество приобретенного металла в граммах.

Преимущества обезличенного металлического счёта определяются возможностью сохранения и приумножения денежных средств за счёт роста стоимости драгоценных металлов; возможностью диверсифицировать инвестиционный портфель вложениями в драгоценные металлы, тем самым снизить риски потерь, связанные с негативными изменениями на финансовых рынках; доступностью, так как имеет место бесплатное открытие и ведение счёта, минимальный размер первоначального и дополнительного взносов не ограничен; высокой ликвидностью, что дает возможность продажи металла со счёта в обезличенном виде в день обращения клиента в банк; отсутствие НДС 18% при покупке и продаже драгоценных металлов в обезличенном виде; стоимость обезличенного драгоценного металла не включает в себя издержки, связанные с

изготовлением слитков, их хранением и транспортировкой; возможность получения со счёта драгоценного металла в слитках.

Вместе с тем обезличенные металлические счёта имеют ряд ограничений, таких как:

1) ОМС не участвуют в системе страхования вкладов, поэтому для открытия обезличенного металлического счёта нужно выбирать надёжный банк. В случае банкротства банка или отзыва у него лицензии владелец ОМС теряет свой депозит;

2) достаточно широкий спред на покупку и продажу, устанавливаемый в банках по всем драгметаллам. Кроме того банки, как правило, устанавливают комиссии при открытии ОМС.

Доходность обезличенного металлического счёта обеспечивается разными способами. Первый - металлические счета без начисления процентных доходов: доход владельцев таких ОМС формируются только за счёт роста стоимости драгоценных металлов на мировых рынках, если рост происходит. Второй - металлические счета с начислением процентных доходов: процентные доходы начисляются только в том случае, если металлический счёт оформляется как депозитный вклад в драгоценных металлах с конкретным сроком хранения. Общий доход владельцев депозитных вкладов формируется за счёт процентов, начисляемых в драгметаллах (граммах) и прироста стоимости драгоценных металлов на мировых рынках за этот период.

Следующими по популярности является инвестирование в монеты из драгоценных металлов. Монеты из драгоценных металлов подразделяют на 2 группы: памятные и инвестиционные.

Памятные монеты – это монеты, выполненные чеканкой высокого качества и высоким уровнем художественного оформления. Выпуск монет обычно посвящен памятным датам, знаменательным событиям или актуальным событиям культуры, защиты окружающей среды. Эти монеты чаще всего приобретают для коллекционирования, в подарок. Это, например, такие монеты как «Лебеди», «Тайная вечеря», «Знаки зодиака» и др.

Инвестиционные монеты (тезаврационные, весовые) – монеты предназначены в основном для вложения свободных денег. Стоимость таких монет близка к стоимости драгоценных металлов, которые содержатся в них. Получение прибыли от таких инвестиций, как правило, возможно только при долгосрочных вложениях. Популярным примером инвестиционной монеты является «Победоносец», «Червонец», «Соболь».

Преимущества приобретения инвестиционных монет: 1) назначение инвестиционных монет - вложение средств; 2) создание личного «золотого запаса»; 3) отсутствие НДС при покупке и продаже монет;

Преимущества памятных монет: 1) нумизматическая ценность; 2) тематическая направленность (природа и животный мир, знаки зодиака, памятники истории и архитектуры, спорт, география); 3) высокохудожественное оформление; 4) высокое качество чеканки; 5) ограниченный тираж выпуска; 6) отсутствие НДС при покупке и продаже монет.

Недостатки приобретения инвестиционных монет: НДС при покупке отсутствует, но есть банковский спрэд в виде разницы между ценой покупки и ценой продажи и, естественно, не в пользу вкладчика. Размер спрэда в некоторых банках просто огромен и исчисляется в десятках процентов от цены монеты. При продаже памятных монет спрэд еще выше.

Доходность инвестиционных монет складывается за счет разницы между ценой покупки и ценой продажи, которая обусловлена ростом цен на драгоценный металл монеты в период владения монетой. Динамика отпускных цен на инвестиционные монеты Центрального банка идентична динамике цен на драгоценный металл монеты.

Слитки драгоценных металлов – это наиболее дорогой инструмент для инвестирования. Кроме того, слитки максимальной пробы пользуются спросом у ювелиров.

Слитки драгоценных металлов – это стандартные и мерные слитки, изготовленные на российских аффинажных заводах и соответствующие государственным и отраслевым стандартам РФ, а также слитки зарубежного производства, соответствующие международным стандартам качества, установленным Лондонской ассоциацией участников рынка драгоценных металлов (The London Bullion Market Association, LBMA) и участниками Лондонского рынка платины и палладия (The London Platinum and Palladium Market, LPPM).

Мерные слитки – это слитки российского производства с маркировкой производителя и содержанием чистого металла (пробы) не менее 99,99% и весом от 1 до 1000 грамм. Это основная масса мелкобесных слитков, доступных для покупки через российские банки.

ГОСТы не только устанавливают требования к внешнему виду, массе, маркировке слитка, но и определяют предельное суммарное присутствие примесей для различных марок драгоценного металла, но не нормируя содержание отдельного компонента.

Стандартные слитки – это слитки драгоценных металлов, произведенные и маркированные российскими (ранее 1992 г. – советскими) аффинажными предприятиями в полном соответствии с государственным и отраслевым стандартам в следующих соотношениях лигатурной массы и пробы слитка [7].

Неоспоримое преимущество покупки драгоценного металла и наличия его – это независимость от обязательств банка (его банкротство не повлечёт негативных последствий, независимость от состояния финансовой системы).

Неудобство использования реальных слитков драгоценных металлов состоит в необходимости их надежного хранения, что порождает дополнительные затраты, снижающие прибыльность вложений. Кроме этого, в продажную цену слитков драгметаллов включается НДС.

Гражданин, желающий купить слиток драгметалла без уплаты НДС, передает покупку на хранение банку с оформлением металлического счета ответственного хранения, а последующая реализация слитка также может проводиться без его выноса из хранилища.

Металлические счета ответственного хранения – это счета клиентов для учета драгоценных металлов, переданных на ответственное хранение в банк с

сохранением при этом их индивидуальных признаков (вид металла, количество, проба, производитель, серийный номер и др.) [3].

Правовое регулирование операций кредитования, связанных с залогом имущества в виде драгоценных камней, металлов, не прописывает обязательное наличие лицензии. В том случае, если драгоценный залог передается на хранение именно в тот банк, где заключается договор кредитования, банк должен иметь соответствующую лицензию. Иначе хранение драгметаллов и драгкамней передается другому банку, при имеющемся у него разрешении (лицензии).

Предоставление кредитов под залог драгоценных металлов. Для предоставления таких кредитов наличие лицензии на совершение операций с драгоценными металлами необязательно, кроме того случая, когда предмет залога передается в заклад, то есть на хранение залогодержателю.

В случае отсутствия лицензии у банка-кредитора хранение заложенных ценностей осуществляется по договору хранения в другом банке, имеющем такую лицензию.

Кредитные организации, практикующие в своей деятельности предоставление кредита под залог драгоценных металлов, а также заключающие с заемщиками договор ответственного хранения, в обязательном порядке должны быть зарегистрированы в территориальных отделениях Государственной инспекции пробирного надзора.

Займы, выдаваемые банками в виде драгоценных металлов, предусматривают поставку металлов в физическом виде либо внесением на металлические обезличенные счета. По второму виду предоставления займа обязателен обменный договор, прописывающий обязательство поставки необходимых металлов по окончании договорного срока. Погашаются займы такого вида, так же в физическом виде, либо перечислениями с обезличенных драгоценных счетов самого заемщика.

Начисление и погашение процентов осуществляется в государственной валюте. Однако, если изначально было принято соглашение заемщика, имеющего обезличенный металлический счет, с кредитором (банком), возможна выплата процентов также в форме драгоценных металлов.

Кредитные организации (банки), не имеющие лицензии, дающей им право проводить операции с драгоценными металлами, тем не менее, могут выдавать кредиты, по которым в качестве залога будут выступать драгоценные металлы. Залог в таких кредитных операциях двух видов:

- 1) залог непосредственно передается залогодержателю;
- 2) залог остается у залогодателя.

Получить кредит, который будет содержать в виде залога драгоценные металлы, можно обычным способом оформления кредита. В банк предоставляются все необходимые документы. Заемщик и кредитор заключают два договора:

- о займе (кредитный договор);
- о залоге.

Если заемщик не исполняет обязательств со своей стороны по погашению суммы кредита и начисляемых процентов, то банк получает право на реализацию драгоценного залога. Реализация будет проводиться через банк, имеющий

соответствующую лицензию. После реализации предусмотрена выплата вознаграждения уполномоченному банку. В случае, когда реализованная сумма в итоге выше суммы самого кредита, остаток денежных средств от реализации передается заемщику.

Как видно из банковской статистики, коммерческие банки крайне редко идут на выдачу кредита под драгоценный залог. Вся процедура не только занимает большой объем времени, но и требует повышенные затраты на обеспечение. Чаще банки кредитуют предприятия, которые занимаются добычей драгоценных металлов. В заключаемых договорах предусматривается покупка добытых драгметаллов у заемщика по более низкой цене, чем действующая рыночная цена [5].

Когда в качестве залога выступают драгоценные металлы, в основном их слитки, например, слитки золота, то банки могут кредитовать заемщиков на сумму до 80% от их рыночной оценочной стоимости, которая определяется на основе учетных существующих цен, устанавливаемых исключительно Банком России. Рынок купли-продажи слитков драгоценных металлов в нашей стране хорошо устоялся, и он позволяет сегодня владельцам драгоценных металлов легко их продавать, покупать, обменивать, получать проценты по депозитам, отдавать в качестве залога и т.д.

В остальном процесс подобного кредитования практически ничем не отличается от всех остальных вариантов, когда в качестве залога выступают автомобили, объекты недвижимости и другие активы.

Для получения кредита под залог драгоценных металлов будет необходимо собрать следующий пакет документов, в который входят:

- Заявление с просьбой предоставить кредит (или анкета заемщиков).
- Документ для удостоверения личности гражданина, который претендует на кредит (паспорт РФ).
- Справки о финансовом состоянии соискателя займа, а также его поручителей при необходимости.
- Для трудящихся заемщиков – справка о ежемесячном доходе, как минимум, за последние полгода на одном рабочем месте (как правило, справка по форме 2-НДФЛ).
- Для пенсионеров – копия документа о сумме ежемесячной назначенной пенсии (справка берется в местных отделениях Пенсионного фонда или иных государственных органах, осуществляющих выплату пенсий).
- Для предпринимателей или лиц, занимающихся частной деятельностью (а также лиц, имеющих прочие источники дохода), – налоговая декларация за истекший период, а также другие необходимые документы в зависимости от вида деятельности.
- Документы, подтверждающие право владения драгоценными металлами (свидетельство о собственности, договор купли-продажи, контракт и пр.).
- Полный перечень нужных для получения кредита документов можно уточнить в банке, так как требования у всех незначительно, но различаются.

Также важно отметить, что в случае, когда заемщики находятся в браке, будет необходимо нотариально заверенное согласие супруга на передачу имущества в залог банку [6].

В заключение можно еще раз повторить, что данный вид кредитования является наиболее выгодным на сегодняшний день, за исключением различных специальных льготных программ и т.п.

Операции с драгоценными металлами по итогам минувшего года эксперты справедливо называют одной из самых доходных инвестиций. По существу они уступают лишь инвестициям в недвижимость и ценные бумаги.

В настоящее время одним из самых привлекательных объектов инвестирования остаются драгметаллы. Для индивидуальных мелких инвесторов наиболее целесообразным способом инвестирования средств в драгоценные металлы являются обезличенные металлические счета и монеты из драгоценных металлов.

Изменение рыночной стоимости драгметалла будет влиять на доходность инвестиций во все рассматриваемые объекты, однако определяющими в уровне доходности инвестиций данные изменения стоимости драгметалла (доходности инвестиций) будут для ОМС, слитков драгоценных металлов и инвестиционных монет, в то время как для коллекционных монет основной прирост стоимости будет формировать их нумизматическая ценность.

Сейчас в России на мировых ценах на драгметаллы играют в основном физические лица. Население сознательно распределяет сбережения. Корпоративные же клиенты пока редко вкладывают свободные средства в драгметаллы: это достаточно рискованный актив, здесь нет гарантированной доходности. Драгоценные металлы все больше входят в нашу жизнь как оптимальное средство для диверсификации личных сбережений и как один из самых надежных активов.

Библиографический список

1. О валютном регулировании: Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2003, № 50.
2. О драгоценных металлах и драгоценных камнях: Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1998, № 13.
3. Масленикова О.Ф. Активизация операций Сберегательного банка Российской Федерации с драгоценными металлами на основе интернет-магазина / О.Ф. Масленикова // Банковское дело. – 2011. – № 4. С.76-81.
4. Федорова Е.А. Инвестирование в драгоценные металлы : оценка внутренних спilloвер - эффектов / Е.А. Федорова, И.А. Ланец // Финансы и кредит. – 2013. – № 48 (576). С. 2-6.
5. Кредиты в драгоценных металлах. Драгоценные металлы в качестве залога по кредиту // Forum. Profit.ru [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – М., 2014. Режим доступа: <http://forum-profit.ru/showthread.php?t=9479> – Загл. с экрана.
6. Кредиты под залог драгоценных металлов // ФинансКредит Брокерское Агентство [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – М., 2014. Режим до-

ступа: http://finanskredit.ru/kredity_pod_zalog_dragocennyh_metallov/ – Загл. с экрана.

7. Стандартные и мерные слитки банковского золота // in ZOLOTO [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – М., 2014. Режим доступа: <http://inzoloto.ru/zolotyie-slitki/standartnye-i-mernye-slitki-bankovskogo-zolota>

ББК 65.441

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АРЕНДНОГО ЖИЛЬЯ В РОССИИ

А.А. Горюшкин

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН,
г. Новосибирск*

В статье рассматриваются основные проблемы, существующие на современном рынке аренды жилья – «теневой» рынок, низкая доходность, правовой вакуум. Предлагаются варианты решений указанных проблем. Рассматриваются схемы стимулирования строительства доходных домов, рассчитывается их эффективность. Делается вывод об их неэффективности в условиях нерешенности обозначенных проблем.

В последние десять лет в России реализуется приоритетный национальный проект «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», в рамках которого реализуются различные программы стимулирования рынка жилья как федерального, так и регионального и муниципального уровня.

При этом наблюдаемый продолжительный рост цен на жилье, по оценке экспертов, привел к тому, что практически все усилия государства сведены на нет – так и не были достигнуты целевые показатели доступности жилья: коэффициент доступности жилья так и не преодолел рубеж в 4 года (табл. 1), а доля населения, которому доступно приобретение жилья, не превышает 20%.

Таблица 1

Динамика коэффициента доступности жилья

Показатель	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Стоимость 1 кв. м	47 206	56 495	52 895	59 998	48 243	56 370	56 478
Среднедушевые доходы на чел.	12 603	14 948	17 009	18 881	20 701	22 880	24 856
Медианные доходы на чел., руб.	9 326	11 163	12 745	14 059	15 565	17 451	18 869
Коэффициент доступности	7,59	7,59	6,23	6,4	4,65	4,85	4,49

Источники: [1; 2], расчеты автора

Кроме того, существует мнение, что наблюдавшийся рост цен поставил рынок недвижимости под угрозу существования – низкие объемы строительства, постоянный дефицит жилья и сложности с получением площадок под застройку отрицательно отражаются на количестве и рентабельности строительных компаний [3].

В государственных жилищных программах применяется достаточно широкий набор рычагов воздействия на рынок недвижимости, которые можно условно разделить на два типа: расширяющие рынок и изменяющие его структуру (перераспределяющие жилье между различными категориями граждан) [4]. На предложение и общий размер рынка государство влияет, упрощая процедуры оформления земельных участков для застройщиков, вводя или отменяя разные законодательные ограничения деятельности строительных организаций и т.п. На объем и структуру спроса влияют специальные налоги на недвижимость, изменение ставки рефинансирования, компенсация части процентной ставки по ипотеке, а также адресные субсидии.

Таким образом, Реализуемые программы направлены в основном на стимулирование спроса – приобретение жилья в собственность. Однако в нынешних условиях дефицита жилья это лишь приводит к дальнейшему удорожанию жилья. Поэтому сегодня государство стремится удовлетворить потребность населения в жилье другими способами. Новшеством для России являются программы по улучшению жилищных условий путем формирования рынка аренды жилья.

Формирование этого рынка в 2000-х годах происходило стихийно и никак не регулировалось государством, в то время как потенциал такого рынка достаточно велик. Например, если подсчитать, какому проценту населения будет доступна аренда, то мы получим цифру – 42,12% (20,1 млн. семей). Подробно методика этого расчета описана в [5]. Далее если вычесть количество семей, которым доступно приобретение жилья в собственность с использованием собственных и заемных средств, – 19,62% (9,4 млн. семей), то потенциальными арендаторами в России являются почти 11 млн. семей. Специалисты фонда «РЖС» также в 2010 году оценили эту цифру в 11 млн. семей при условии разъяснения этим семьям сути аренды жилья [6]. Годовой оборот такого рынка может составлять до 1,5 трлн. руб. Для государства это до 200 млрд. руб. в виде налогов в год – сумма, сопоставимая с федеральными затратами на ФЦП «Жилище» на 2011-2015 года.

Сегодня, по данным Международного союза квартиросъемщиков, около 40% населения Европы являются арендаторами, а в некоторых странах эта цифра доходит до 70% (Германия – 50%, Швейцария – 70%). При этом в крупных городах доля арендаторов еще выше – например, в Берлине – около 90%. В США в основе жилищной политики, хотя и лежит стимулирование приобретения жилья посредством предоставления налоговых вычетов (большая часть жилого фонда Америки – это частные дома), в крупных городах, обладающих большим многоквартирным фондом, доля арендаторов также превышает 50% – так в Нью-Йорке и Сан-Франциско более 65% населения являются квартиросъемщиками [7].

Все это указывает на действие следующего принципа: купить жилье могут многие, но не всем по карману ее содержание – оплата услуг ЖКХ, регулярный ремонт, строительство окружающей инфраструктуры: парков, дорог, больниц, школ и т.п. В России же наблюдается обратная ситуация – приобрести недвижимость очень дорого (это является самой существенной инвестицией семьи), а

ее содержание почти ничего не стоит для домохозяйства, в то время как от муниципалитетов требуют направления огромных средств на поддержание ее функционирования.

Для того чтобы выровнять ситуацию и получить средства для исполнения местными органами власти их функций, государство планирует ввести рыночный налог на недвижимость, а также возобновить строительство так называемых «доходных домов». Данный термин для нашей страны не нов: еще в дореволюционной России в обеих столицах в арендном жилье проживало около половины населения [8].

Можно выделить следующие основные проблемы современного российского рынка аренды жилья:

1) Существование подавляющей доли рынка в теневой сфере. Дело в том, что большинство арендодателей не заинтересовано в заключении договоров аренды, их регистрации и уплате подоходных налогов. В результате арендатор, по сути, является бесправным существом, которого могут попросить съехать в любой момент или которому могут постоянно поднимать арендную плату. Кроме того государству не компенсируются подоходными налогами его затраты на строительство соответствующих домов и инфраструктуры – большинство квартир, сдаваемых сегодня в аренду, были построены в советское время государством, а в 1990-х бесплатно приватизированы жителями.

Для легализации рынка аренды государство предлагает собственникам воспользоваться специальными налоговыми режимами, вводит патентную систему, усиливает штрафные санкции. Однако рынок до сих пор остается «в тени», так как, на наш взгляд, эти меры практически не способствуют изменению экономического поведения арендодателей. Более благоприятным в этом случае будет изменение конкурентной среды – например, появление специализированных компаний (возможно государственных), предоставляющих услугу аренды для арендаторов и услугу управления имуществом для арендодателей. Именно через подобную схему жилье предоставляется в аренду в США и странах Европы. В этом случае арендодатель гарантированно получает указанный в договоре ежемесячный доход, при этом он избавляет себя от проблем, возникающих при эксплуатации квартиры или дома, а арендатор также может быть уверен в стабильности своего положения на определенный период.

2) Низкая доходность аренды жилья. Строители и собственники жилья сравнивают «арендную» и «продажную» стоимость квартиры. При существующем дефиците жилья и в результате при высоких ценах на жилье доходность аренды нового жилья составляет 5-8% годовых [7]. Для строителей такая доходность не обеспечит даже возврат средств, вложенных в строительство, взятых в кредит в банке, а срок окупаемости таких проектов составит более 20 лет. Застройщикам выгоднее построить дом для продажи, когда прибыль можно получить практически моментально.

Чтобы строительство арендных домов стало выгодно бизнесу, необходимо создать специальные условия, когда строительство доходного дома позволит застройщику снизить издержки строительства дома для продажи. Необходимо введение льгот по получению земельных участков, налоговых льгот, софинан-

сирование подготовки инфраструктуры, компенсация процентов по кредитам, получаемым для строительства доходных домов.

3) Отсутствие необходимых правовых норм, регулирующих рынок. Сегодня строительство арендного жилья не регулируется никакими законами. Чтобы это строительство стало обычным явлением, необходимо внести изменения в законодательство: ввести понятие «доходного жилья»; определить специальные налоговые льготы или режимы для компаний, занимающихся строительством арендного жилья; внести поправки в закон об ипотеке – ввести понятие ипотеки на многоквартирный комплекс; определить порядок проведения конкурсов на предоставление земли для строительства доходных домов; льгот для соответствующих компаний.

В мировой практике накоплен разнообразный опыт стимулирования строительства арендного жилья.

Например, во Франции в 1950 году была запущена программа доступного жилья «Habitation a Loyer Modere». В рамках этой программы государственная компания принимает от населения долгосрочные вклады по льготной ставке, полученные средства предоставляются строительным компаниям для строительства многоквартирных домов, которые затем сдаются в аренду малоимущим. При этом арендная ставка рассчитывается из себестоимости строительства жилья. За время работы программы в эксплуатацию введено 4 млн. квартир и жилых домов. Сейчас такая недвижимость составляет около 50% рынка аренды жилья и около 18% жилого фонда Франции [9].

В США широкое распространение получили следующие две схемы [10]:

Первая схема распространяется на строительство арендного жилья в среднем и верхнем ценовых сегментах. Для девелоперских компаний предполагается выдача ипотечных кредитов на строительство многоквартирных домов (multifamily mortgages) под более низкий процент.

Вторая схема ориентирована на строительство жилья эконом-класса и опирается на программу специальных налоговых зачетов: девелоперы могут сократить налогооблагаемую базу на величину инвестиционных затрат, направленных на реализацию общественных проектов, которыми и является строительство арендного жилья для малоимущих. Как правило, такие проекты реализуются партнерствами компаний, заинтересованных в получении налоговых льгот, и представляют собой вариант паевых инвестиционных фондов.

В 2011 году Министерством регионального развития РФ был подготовлен и начат реализовываться проект стимулирования строительства доходного жилья, в основе которого как раз лежат упомянутые схемы:

1) Местные власти бесплатно выделяют застройщику участок, обеспеченный инфраструктурой, для строительства доходного дома. Застройщик берет в банке кредит на два года под 10-11% годовых под гарантии регионов и строит дом. Затем управляющая компания, учрежденная муниципалитетом в партнерстве с частным бизнесом, выкупает этот дом и сдает квартиры в аренду. Финансирование этой сделки предполагается проводить за счет АИЖК – выдается кредит сроком на 20 лет под 10-11% годовых. Кредиты, выданные на эти цели,

затем могут быть секьюритизированы, что обеспечит подобное финансирование строительства следующих доходных домов.

2) Для строительства доходного дома возможна организация закрытого ПИФа с привлечением как государственных средств в виде бюджетных кредитов, субсидий, гарантий, имущества или земли, так и частного капитала. Построенное жилье будет являться собственностью пайщиков, а управлять им будет специализированная компания.

В качестве мотивирующих факторов называются в первом случае – бесплатная земля и инфраструктура, во втором – налоговые преференции, получаемые ЗПИФом.

Основываясь на последней схеме, в этом году АИЖК запускает «аренду с выкупом» – схему покупки жилья в рассрочку на 15 лет без первоначального взноса [11]. Для этого создается сервисная компания, которая выкупает в свою собственность квартиру, понравившуюся клиенту. Затем с этим клиентом заключается договор, фактически являющийся договором аренды и приобретения жилья. Согласно информации АИЖК, соотношение арендной платы и платы за выкуп квартиры при рассрочке на 15 лет составляет 54 и 46% от общего платежа. Выкупная стоимость при этом на 30% выше рыночной цены квартиры.

Эксперты считают такую схему неэффективной, так как платежи по данной схеме превышают ипотечные платежи. Действительно, пусть выбранная квартира куплена сервисной компанией за 2,4 млн. руб. Выкупная цена составит 3,1 млн. руб. В этом случае выкупной платеж составляет 37,7 тыс. руб., из них 17,3 тыс. руб. – платеж за выкуп квартиры и 20,4 тыс. руб. – арендная плата. Суммарная выплата составит 6,79 млн. руб.

Если оформлять ипотеку на данную квартиру на 15 лет под 13,75% годовых с 15%-ным первоначальным взносом, а необходимые средства для первоначального платежа получить в качестве потребительского кредита на 5 лет под 21,5% годовых, то суммарный платеж по ипотеке составляет 26,8 тыс. руб., платеж по потребительскому кредиту 9,8 тыс. руб. Итого в первые пять лет ежемесячный платеж с человека составит 36,7 тыс. руб. Суммарная выплата составляет 5,4 млн. руб., что примерно на 1,4 млн. руб. ниже предлагаемого Агентством варианта.

Представляется интересным совместить «аренду с выкупом» с ипотекой. Предполагается, что, проживая в приемлемых жилищных условиях, арендаторы также накапливают средства на приобретение собственного жилья. Работает такой механизм: семья, проживая в арендованной квартире, накапливает деньги на первоначальный взнос (не менее 15-20%), а затем выкупает арендуемую квартиру при помощи ипотечного кредита. Применение подобного механизма позволит 25,16% семей приобрести жилье в собственность.

Программа Минрегиона была подготовлена в 2011 году, однако успешность ее реализации остается под вопросом, так как пока ни одна из перечисленных проблем не нашла своего решения. В то же время представляется, что аренда жилья может стать наиболее перспективной и эффективной мерой повышения доступности жилья населению, и именно в данном направлении, на

наш взгляд, требуется сегодня сосредоточение усилий государства при разработке программы «Жилище» на 2016-2020 годы.

Библиографический список

1. Российский статистический ежегодник. 2011: Стат.сб./Росстат. – М., 2011. – 795 с.

2. Уровень жизни [Электронный ресурс] // Сайт Федеральной службы государственной статистики [Официальный сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/# (дата обращения: 14.04.2014).

3. Репченко О. Нужна ли рынку недвижимости коррекция цен вниз? [Электронный ресурс] // Информационный ресурс Индикаторы рынка недвижимости IRN.ru [Интернет-портал]. URL: <http://www.irn.ru/articles/16504.html> (дата обращения 20.01.2014).

4. Горюшкин А.А. Проблемы рынка жилья и государственные меры по их решению // Экономика. Вопросы школьного экономического образования. 2008. № 8. С. 25-32.

5. Горюшкин А.А. Оценка эффективности влияния государственных мер на доступность жилья населению // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-экономические науки. 2013. Т. 13, вып. 4. С. 140-147.

6. Шмелев Н. Доходные дома: как сохранить баланс интересов? [Электронный ресурс] // Информационный ресурс Finam.info [Интернет-портал]. URL: <http://finam.info/news/dohodnie-doma-kak-sohranit-balans-interesov/> (дата обращения 10.02.2014).

7. Жарков С. Москва снова желает строить «доходные дома» [Электронный ресурс] // Информационный ресурс Индикаторы рынка недвижимости IRN.ru [Интернет-портал]. URL: <http://www.irn.ru/articles/27329.html> (дата обращения 10.02.2014).

8. Жилье в России арендуют в 2-4 раза реже, чем в США и Европе! [Электронный ресурс] // Информационный ресурс РИА Новости – Недвижимость [Интернет-портал]. URL: http://riarealty.ru/affordabletrends_analysis/20130320/399955909.html (дата обращения 24.02.2014).

9. Аликина Е. На пороге доступной квартиры [Электронный ресурс] // Журнал «Коммерсантъ Деньги» №12 от 31.03.2014 [Официальный сайт]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2426641> (дата обращения 15.04.2014).

10. Ступин И. Рантье прощупывают почву. [Электронный ресурс] // Журнал «Эксперт», №17 (751) [Официальный сайт]. URL: <http://expert.ru/expert/2011/17/rante-proschupyivayut-pochvu/> (дата обращения 16.12.2013).

11. Доходные дома как ипотека. [Электронный ресурс] // Электронная газета «Газета.RU» [Официальный сайт]. URL: http://www.gazeta.ru/realty/2014/02/12_a_5902713.shtml (дата обращения 16.12.2013).

**ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
«ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ»***Г.И. Жакенова, В.Н. Гранецкий**Восточно Казахстанский государственный технический университет,
г. Усть - Каменогорск*

Мировая экономика, пытаясь преодолеть финансовый кризис 2008-2009 гг. (так называемый «кризис создания воображаемых богатств и нерационального использования денежных средств»), по-прежнему находится в зоне неопределенности по поводу дальнейшего вектора развития. Ситуацию усугубляет целый спектр синергетически усиливающих друг друга явлений как антропогенного, так и сугубо экономического характера (универсальный принцип «кумулятивной причинности» по Т. Веблену): изменение климата; рост цен на базовые продовольственные товары; повсеместное ухудшение биоразнообразия и поставок экосистемных услуг; падение доступности водных ресурсов; рост количества техногенных аварий; неэффективное использование массивированных вливаний в мировую финансовую систему ликвидных средств; нарастание приватизации доходов и социализации затрат и рисков и т.д. Все это осложняет и обостряет насущные социальные проблемы и ведет к дальнейшему сокращению рабочих мест, нарушению трудовых стандартов, незащищенности и бедности, а это дает новый виток давления на природу. Что еще раз подтверждает: экономика лишь часть сложной природно-социальной системы, компоненты которой взаимосвязанно, но не всегда предсказуемо эволюционируют.

Несмотря на все успехи и достижения, сегодня все еще требуется такое количество ресурсов, которое выходит за пределы возможностей нашей планеты. Согласно отчету Всемирного фонда природы [1], индекс живой планеты (оценивает состояние биоразнообразия) показывает падение на 30% по сравнению с 1970 г., а экологический след человечества (потребность человека в природных ресурсах) с 1966 г., напротив, увеличился почти в два раза. Если наши требования к планете продолжают возрастать в том же темпе, к 2030 г. нам понадобится эквивалент двух планет для поддержания прежнего образа жизни, а к 2050 г. – 2,8 планеты. Оказалось, что по мере роста национальных доходов (согласно правилу Кузнецца) отдельные показатели результативности экологической деятельности в стране могут и улучшаться, но экологическая эффективность и устойчивость при этом зачастую продолжают испытывать падение [2].

Очевидно, необходимы принципиально новые шаги, переход на такую концепцию развития, которая позволит решать социальные, финансовые, топливные и климатические проблемы комплексно и добиваться не только количественного роста, но и существенных качественных и реальных улучшений.

Теория общественного благосостояния, основные идеи которой были сформулированы в 20-е гг. XX в. (Р. Парето, А. Пигу), опираясь на ценностные критерии, показала, что можно добиться всеобщего благоденствия через механизмы перераспределения доходов и учета «внешних эффектов». Это потребует государственного вмешательства, рациональной налоговой и бюджетной поли-

тики, но в условиях кризиса нужны были более решительные антикризисные программы.

В разгар Великой депрессии 30-х гг. прошлого столетия (многие исследователи усматривают аналогию с ней в современной ситуации) президент США Ф.Д. Рузвельт провозгласил Новый курс, получивший известность как «Новый курс для забытого человека», включающий программы, нацеленные на увеличение потребления и инвестирование, создание новых рабочих мест и обеспечение социальной защиты, на реформирование налоговой системы и стимулирование экономики [3]. Этот пакет мер предусматривал опережающее проведение важнейших институциональных преобразований (закон Гласса–Стигалла, закон о возрождении промышленности, закон о страховании по безработице и др.) и создание новой эффективной политики управления, благодаря чему была полностью модернизирована инфраструктура США. Антикризисные меры были теоретически осмыслены английским экономистом Дж.М. Кейнсом, взгляды которого вошли в историю экономической науки под названием «кейнсианская революция». Однако вмешательство государства обходится налогоплательщикам очень дорого, а займы ведут к возрастанию государственного долга и платежей по ним.

Институциональная теория в ее классическом варианте лишь объясняла сложившееся положение вещей, но не давала рекомендаций по преодолению консервативных правил и привычек, мешающих продвижению вперед.

Теория пределов роста, согласно которой при сохранении современных тенденций роста и загрязнения окружающей среды возможна глобальная катастрофа, призывая к «нулевому росту» и отказу от строительства новых предприятий, практически не учитывает поступательного характера научно-технического прогресса.

Но благодаря этим и ряду других теорий экологические ограничения в последней четверти XX в. стали всерьез приниматься во внимание учеными и разработчиками государственных программ. Были проведены дополнительные фундаментальные исследования (Х. Хендерсон, Л. Браун, Р. Мюррей, К. Галлахер, Р. Раст, Е. Мухлеггер, Л. Маргулис, Д. Кортен, Б. Фаллер, Х. Дэли, П. Хукен и др.), показавшие необходимость изменения принципов хозяйствования. Вслед за учеными авторитетные международные организации и отдельные политики приняли ряд программных документов и деклараций, призывающих сделать научные рекомендации устойчивого развития повседневной практикой. Примеры тому – Доклад Всемирной комиссии ООН по окружающей среде 1987 г.; Повестка дня на 21 век, принятая в Рио-де-Жанейро в 1992 г.; Декларация тысячелетия 2000 г.; Йоханнесбургский план выполнения решений 2002 г.; Решения Экономической и Социальной комиссии для Азии и Тихого океана (ЭСКАТО) 2005 г.; План «20-20-20» Брюссельского энергетическо-климатического саммита ЕС 2008 г.; Парижская декларация об экологически чистом росте 2009 г.; Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП) 2009 г. – все они направлены на поддержку национальных и региональных инициатив по повышению эффективности и устойчивости использования ресурсов и производственных процессов [4, 5, 6, 7]. Но, несмотря на всю важность и информативность, перечис-

ленные инициативы носят декларативный и рекомендательный характер, зачастую не подкрепленный соответствующим финансированием.

Многие страны, испытавшие в условиях современного кризиса спад и массовую потерю рабочих мест, занялись более активным поиском новых моделей дальнейшего развития. В качестве такой кардинальной модели была предложена модель «зеленой» экономики, т.е. такой экономической системы, которая направлена на рост благосостояния общества и социальных гарантий и одновременное уменьшение экологических рисков и дефицитов [4, 8, 9, 10].

По мнению М. Кеннет, только «зеленая» экономика способна стабилизировать экономические системы и сбалансировать интересы человека, природы и эффективного использования ресурсов.

Так, 40-й Всемирный экономический форум 2010 г., проходивший в Давосе под лозунгом «Улучшить состояние планеты: переосмыслить, перепланировать, перестроить мир», объявил новый глобальный курс на «зеленую» экономику (термин заменил ранее существовавшее понятие «устойчивое развитие») как единственный путь дальнейшего развития.

Поддерживаемая ученым сообществом, международными организациями, правительствами, повсеместно ужесточающимися экологическими и технологическими стандартами, инвестициями в соответствующие секторы и инфраструктуру, инновационным бизнесом и требованиями потребителей, концепция «зеленой» экономики становится тем «новым» курсом, который способен преодолеть кризис.

По аналогии с курсом Рузвельта глобально скоординированный крупномасштабный всеобъемлющий пакет стимулирующих мер для оживления мировой экономики и закладывания фундамента для будущего экономического процветания и благополучия был назван новым «зеленым» курсом. Но если курс Рузвельта был курсом экономического роста (нацелен на укрепление количественных индикаторов), то новый «зеленый» курс имеет иные акценты – это преимущественно курс устойчивого экономического развития (рост качественных индикаторов). К тому же курс Ф. Рузвельта отличался эмпиричностью и внедрялся в режиме «ручного» управления. В отличие от него, как уже указывалось выше, концепция «зеленой» экономики имеет глубокие политэкономические корни: она творчески интегрирует идеи теории благосостояния и их современный вариант – теории экономического роста и качества жизни, теорию Больших циклов Кондратьева, теорию пределов экономического роста, теорию инновационного развития, институционально-экономическую теорию.

Сейчас для перехода на новый курс развития возникли благоприятные возможности: старая традиционная система дает сбои, поэтому новым идеям и решениям проще проложить дорогу. Стало очевидным, что громадные бюджетные ресурсы в рамках традиционной экономики растрачиваются нерационально, и это столь же недопустимо, как и хищническое истребление окружающей среды, а, поскольку на наших глазах перестраивается структура регулирования финансовой системы, затраты проще будет скоординировать.

Время неспешного перехода к «зеленой» экономике прошло – сегодня в ответ на последствия кризиса и в связи с потерей рабочих мест и необходимо-

стью смягчения климатических изменений требуется быстрый планетарный переход к «зеленой» экономике. Цели ее весьма амбициозны, она способна обеспечить синергизм между тремя основными уровнями развития – экономическим ростом, социальным благополучием и охраной окружающей среды и здоровья людей. Следствием будут восстановление пострадавшей от кризиса экономики, создание новых производительных рабочих мест, уменьшение крайних форм бедности, сведение к минимуму зависимости от углерода и предотвращение дальнейшего разрушения экосистем.

Обновленный курс «зеленого» развития – это универсальный курс, но он может иметь специфические черты, учитывающие конкретные различия в природных, людских и экономических ресурсах стран. В целом усилия развитых стран могут быть направлены в первую очередь на землепользование и урбанистическую политику и строительство экогородов, на повышение энергоэффективности зданий, на инвестиции в устойчивые транспортные средства и возобновляемые источники энергии.

Развивающиеся страны, прежде всего, должны инвестировать в сельскохозяйственное производство, в укрепление систем управления водными ресурсами и в санитарную, так как эти инвестиции имеют огромное социальное значение, в распространение и применение автономных энергетических установок. Но есть и общие тенденции экономического развития без ущерба для окружающей среды: это переоборудование зданий, возобновляемая энергия, чистый транспорт, обеспечение потребностей в чистой воде, строительство новой промышленной и информационной инфраструктуры. Поскольку успешный переход к модели «зеленой» экономики в конечном итоге зависит от технологических новшеств, то именно у частных фирм и корпораций есть окончательные технические решения в отношении «зеленого» производства, экоэффективности и экономического роста. Многие фирмы возглавляют экоиндустрию и стремятся воспользоваться усилением спроса потребителей на товары улучшенного экологического качества.

Для финансирования проектов «зеленой» экономики потребуются государственная помощь: налоговые стимулы, ужесточение технических регламентов, кредиты на научно-исследовательские работы, демонстрационные проекты, а также «озеленение» государственной инфраструктуры. Это послужит катализатором для беспрецедентного глобального «зеленого» курса, направляющего в этот сектор капиталы, технологии и рабочую силу. Сельское население также представляет собой коммерчески выгодный рынок для мелкомасштабных технологий «чистой» энергетики.

Понимание тесной взаимосвязи между экологией, экономикой и социальными проблемами постепенно становится всеобщим: не вызывает сомнений, что занятость, зарплаты, сбережения и инвестиции должны расти, а загрязнения, отходы и безработица – сокращаться. Для преодоления нынешнего кризиса в мировой экономике ученые рекомендуют правительствам ведущих стран принять неотложные и эффективные меры по стимулированию инвестиций в инновационные экотехнологии и продукты, повернув обильные потоки денег в реальную экономику вместо надувания пузырей на фондовых биржах. С учетом

избыточного производственного потенциала и усиливающегося технического прогресса объем выпускаемой продукции может быть увеличен не только без повторного использования рабочей силы, но и с ее заметным сокращением. Падение спроса на традиционные товары, а также продолжающееся массированное внедрение инновационных автоматизированных производственных линий ведет к сворачиванию рабочих мест. Дефицит новых рабочих мест делает перспективы тех, кто находится в поиске работы, призрачными. Такой запретительный барьер, как безработица и, как следствие, нагнетание социальной напряженности и конфликтов, стоит на пути самих инноваций. Искусственная, «иждивенческая» занятость (когда отсутствует производительный и осмысленный труд) лишь на время отодвигает остроту проблемы. А это не может не вызывать беспокойства.

Провозглашенный новый курс на восстановление экономики на «зеленой» основе необходим не только для предотвращения наихудших последствий чрезмерного использования природных ресурсов, истощения экосистем и изменения климата, но и для создания и закрепления широкого спектра высокооплачиваемых инновационных рабочих мест. Ведь настоящим признаком экономической стабильности страны и одним из важнейших макроэкономических показателей является занятость. К сожалению, продолжающуюся потерю рабочих мест преодолеть не удастся. Несмотря на беспрецедентные меры, принимаемые правительствами для выхода из кризиса, официальная безработица в 2009 г. достигла рекордного уровня, и, хотя по итогам 2013 г. она уменьшилась, до кризисного уровня достичь не удастся. Вместе с тем для поддержания экономического роста и развития необходимы решительные меры по созданию и сохранению рабочих мест и доходов людей. Сможет ли «зеленая» экономика вместить всех желающих? По мнению экспертов, к 2030 г. около 20 млн только «прямых» рабочих мест будет создано на экологически чистых предприятиях.

Это, конечно, весьма заниженная цифра – без учета мультипликатора занятости и кластеризации «зеленых» процессов в экономике, так что можно вести речь о сотнях миллионов потенциальных «зеленых» рабочих мест.

В пользу этого свидетельствуют следующие факторы:

1. Направление инвестиций на развитие ресурсоэффективной и экологически чистой промышленности, достижение устойчивой энергобезопасности, создание новой промышленной инфраструктуры с низким уровнем выбросов и обеспечение охраны окружающей среды имеет высокий потенциал занятости.

2. Инвестиции должны направляться не в старые, загрязняющие отрасли краткосрочной экономики вчерашнего дня, а в новые «зеленые» отрасли экономики, которые займутся решением насущных проблем. В связи с чем сфера образования должна не только активно проводить «зеленые» фундаментальные и прикладные исследования, но и обеспечивать массовую подготовку и переподготовку специалистов «зеленых» профессий. Особенно востребованным окажется экономическое образование и переобучение, ведь «зеленые» программы развития, «зеленые» инвестиции, экоинновации, «зеленые» основы кредитования, «зеленый» бухгалтер, «зеленый» маркетинг, новые принципы

налогообложения и финансирования – это то, с чем будет вынужденно сталкиваться современный специалист на протяжении своей деятельности.

3. Для людей со средней квалификацией ремонтно-восстановительные работы традиционных водопроводных систем – еще один источник создания рабочих мест. Аналогичным образом инвестиции в устойчивое ведение лесного хозяйства могут позволить создать десятки миллионов новых рабочих мест.

4. Огромны перспективы развития экологического туризма.

5. Строительная сфера нового поколения способна вместить миллионы людей. Строятся первые экогорода, спроектированные так, чтобы создать комфортные условия проживания и сократить вредное воздействие на природу. Но и в традиционных городах и поселениях нужно создание энергоэффективных и ресурсоэффективных зданий с нулевыми выбросами, набирает популярность «зеленая» модернизация квартир, что оживит строительный сектор.

6. Появится энергоэффективный транспорт с низкими выбросами (гибридизация и электрификация автопарка уже начаты). Увеличение производства транспортных средств с малым выбросом позволит создать миллионы новых рабочих мест в мире. Кроме того, можно создать несколько десятков миллионов сопутствующих рабочих мест в разных странах мира в таких областях, как очистка и поставка топлива, продажа, ремонт и утилизация автомобилей. Инвестиции в экологически чистый и эффективный общественный городской транспорт также содействуют вторичной занятости. Например, фирма «Форд мотор» недавно объявила, что ей нужны тысячи инженеров, имеющих квалификацию в области производства мощных аккумуляторных батарей, используемых в электромобилях.

7. Идет активное использование новых отраслей, включая мультимедийные развлечения, которые приносят доходы, создают рабочие места и рынки без ущерба для окружающей среды. Например, применение компьютерной графики в кино и на испытательных стендах экономит ресурсы.

8. Для разработки «зеленых» продуктов, оборудования и услуг потребуются проведение НИОКР, возрастет инновационная активность, начнутся масштабные проектные и экспертные работы, усилится научный контроль за соблюдением ужесточающихся экологических стандартов.

Для перехода к «зеленой» экономике предлагаются разнообразные рыночные программно-экономические инструменты. Например, такие механизмы, как трансфер экотехнологий из более развитых стран в менее развитые; политика государственных закупок, которая поощряет производство экологичной продукции; рост государственных инвестиций в соответствующую принципам устойчивого развития инфраструктуру (включая общественный транспорт, возобновляемые источники энергии, строительство энергоэффективных зданий) и природный капитал; целевая государственная поддержка исследований и разработок, связанных с созданием экологически чистых технологий и т.д. В рамках реализации «зеленого» развития проводятся налогово-бюджетные реформы, упраздняются экологически опасные и вводятся экологически дружественные субсидии, расширяется практика природоохранных государственных заку-

пок, устраняются торговые барьеры на пути экологически безупречных товаров и услуг [11].

Среди иных мер содействия строительству «зеленого» экономического будущего называют: экономические исследования, поддерживающие переход; привлечение национальных и местных административных органов, предприятий, общественности; образование и подготовку персонала для заполнения «зеленых» рабочих мест; совершенствование системы учета природных ресурсов; интеграцию целей «зеленой» экономики и политики устойчивого потребления и производства в национальные стратегии развития и т.д.

Одним словом, прежде всего нужны инициативы властей всех уровней, исследования, сертификаты, внедрение налоговых льгот, создание разветвленной системы образования, подготовка специалистов для «зеленых» отраслей экономики.

Большинство стран мира в последнее время активизировало свою экологическую политику с целью перехода от традиционной модели, в которой охрана окружающей среды считается нагрузкой на экономику, к модели, в которой экология признана двигателем развития, т.е. к «зеленой» экономике [6, 7, 11].

Так, в Мексике планируется строительство энергоэффективных зданий, предусмотрено сокращение выбросов углерода вдвое к 2050 г., вводится программа содействия домохозяйствам по замене старых бытовых приборов на новые модели с более высокой энергоэффективностью.

США предусматривают сокращение вредных выбросов на 80% к 2050г., с помощью солнечных установок будет производиться 65% энергии, потребляемой страной, и 35% – тепла. Президент США Барак Обама объявил о своем плане инвестиций в развитие экологически чистых видов технологий на следующие 10 лет, чтобы не только улучшить экологическую ситуацию, но и создать до 5 млн рабочих мест.

Республика Корея, избравшая концепцию «зеленого» роста в качестве национальной стратегии, основное внимание уделяет «зеленой» промышленности, энергетике и инвестициям, «зеленым» видам транспорта, альтернативным источникам пресной воды, технологиям переработки отходов, развитию парков, обустройству рек в черте города. Различные проекты, которые министерства осуществляли самостоятельно, были объединены в единый пакет, чтобы избежать бюджетных расходов на второстепенные цели.

Практически все страны ЕС разработали новые «зеленые» меры в сфере энергетики, развития общественного транспорта и инфраструктуры, строительства экогородов, а также разработки систем утилизации автомобилей. В ЕС недавно приняты стандарты на автомобильные выхлопы Евро-5 и уже готовится введение новых Евро-6. Выделяются многомиллионные субсидии покупателям на приобретение электромобилей. Великобритания приняла экономику «зеленых» технологий в качестве стратегии своего национального развития и недавно обнародовала свои «зеленые» проекты, нацеленные на создание 100 тыс. новых рабочих мест.

Япония планирует расширить объем рынка экологических технологий к 2015 г. с целью увеличения рынка занятости на 2,2 млн рабочих мест. Ключе-

вым фактором стали передовые технологии, социальные механизмы и традиции, гармонирующие с окружающей средой.

В Китае планируется к 2020 г. получать 15% (сейчас 9%) электроэнергии из возобновляемых источников, а углеродоемкость экономики снизить на 45%. Однако зарубежные ученые-эксперты не разделяют оптимизма своих китайских коллег. Они пришли к выводу, что рост выбросов в Китае будет продолжаться до 2020 г., а уменьшение начнется лишь около 2030 г. Такой вывод усугубляется тенденциями роста некоторых важнейших отраслей китайской промышленности и прежде всего – автомобильной. Уровень годового производства автомобилей в Китае превысил 10 млн единиц, существенно обойдя Германию и США. При этом показатель персональной автомобилизации страны растет невиданными темпами.

Относительно Казахстана, то 3 мая 2013 г. Президент РК Н. Назарбаев утвердил Концепцию по переходу Казахстана к «зеленой экономике», которая закладывает основы для глубоких системных преобразований с целью перехода к экономике новой формации посредством повышения благосостояния, качества жизни населения Казахстана и вхождения страны в число 30 наиболее развитых стран мира при минимизации нагрузки на окружающую среду и деградации природных ресурсов.

При этом основными приоритетными задачами по переходу к «зеленой экономике» являются повышение эффективности использования ресурсов (водных, земельных, биологических и др.) и повышения качества окружающей среды.

Переход к «зеленой» энергетике, внедрение «зеленых» технологий - это растущий вектор глобальной экономики. Казахстан, несмотря на наличие в недрах огромных природных богатств, включая углеводороды, намерен активно развивать возобновляемые источники энергии.

В «Стратегии– 2050» такие задачи поставлены. Казахстан ежегодно инвестирует в «зеленую модернизацию» средства в объеме 2% от национального ВВП.

25 сентября 2013 г. утверждена «Концепция эффективного управления природными ресурсами и использования доходов от сырьевого сектора Республики Казахстан».

В ней особое внимание уделено развитию производства альтернативных видов энергии. В целях рационального использования природных ресурсов необходимо принять меры, чтобы к 2050 году в РК на альтернативные и возобновляемые виды энергии приходилось не менее половины всего совокупного потребления энергопотребления. В последующей перспективе альтернативные и возобновляемые источники энергии должны заменить энергию, получаемую от углеводородного сырья. Для достижения этих целей необходимо стимулирование научных разработок по использованию ветровой, солнечной, биогидроэнергетики.

Для реализации «зеленого» курса нужно повышение качества государственных институтов (недостаточно вводить те или иные правила, необходимо

создавать условия для их реализации) и массовая переориентация бюджетных потоков на развитие ключевых отраслей.

Таким образом, именно сдержанный, качественный, комплексный «зеленый» рост, основанный на экологически чистых технологиях, на органическом сельском хозяйстве, на эффективной энергетике и водопотреблении, на наукоемкой трансформации городской инфраструктуры, на утилизации отходов, экологичном транспорте и т.д., сможет стать главным направлением инновационных преобразований Казахстана. Это поможет, в свою очередь, улучшить индикаторы развития страны и ее регионов, диверсифицирует структуру производства, обеспечит необходимые рабочие места, в конечном итоге сделает востребованными те же цифровые технологии, например, по удаленному управлению городской инфраструктурой и т.д.

Для этого в Казахстане создалась благоприятная обстановка:

- есть политическая воля;
- имеются экономические предпосылки (спрос на экологически чистые товары и услуги растет);
- наблюдаются социально культурные импульсы (люди становятся все более придирчивыми к наличию экологических благ);
- отмечены технологические прорывы.

Ведь в целом «Зеленая» экономика – это экономика завтрашнего дня, и именно она должна стать движущей силой экономического развития XXI столетия.

Библиографический список

1. Zhivaya planeta. Living Planet Report [elektronnyj resurs]: bioraznoobrazie, bioemkost i razvitie. Gl. 3: Zelenaya ekonomika / Doklad Vsemirnogo fonda prirody o Zhivoj planete. 2010. 10 s. URL: <http://www.wwf.ru/resources/publ/book/436> (data obrashheniya: 10.01.2011)

2. Globalnyj «zelenyj» novyj kurs [elektronnyj resurs]: Doklad YUNEP. 2009, mart. izdano programmoj OON po okruzhayushhej srede v ramkax Inicijaty po «zelenoj» ekonomike. 2009. 42 s. url: http://www.unep.org/greeneconomy/portals/30/docs/ggnd-polisy-brief_russian.pdf (data obrashheniya: 05.02.2011)

3. Smirnov A.V. F.D. Ruzvelt: Novyj kurs i borba s Velikoj depressiej. [elektronnyj resurs]: 30.04.2007. 2009. 7 s. URL: <http://www.finansy.ru/publ/macro/004smirnov> (data obrashheniya: 07.02.2011)

4. «Deklaraciya tysyacheletiya Organizacii Obedinyonnyx Nacij» [elektronnyj resurs]: prinyata 8 sentyabrya 2000 goda Generalnoj Assambleej OON (rezolyuciya № a/res/52/2). 2000. 7 s. url: <http://www.un.org/ru/documents/decl-conv/declarations/summitdecl.shtml> (data obrashheniya: 17.01.2011)

5. Obespechenie ekologicheski ustojchivogo ekonomicheskogo rosta v Aziatsko-Tixookeanskom regione [elektronnyj resurs]: ekonomicheskij i socialnyj sovet OON. Konferenciya ministrov po okruzhayushhej srede i razvitiyu v Aziatsko-Tixookeanskom regione, 2005 god. seul, 2005. 21 s. url: www.unescap.org (data obrashheniya: 16.02.2011)

6. Forum po voprosam promyshlennogo razvitiya [elektronnyj resurs]: Texnicheskij dokument, podgotovlennyj Sekretariatom UNIDO / Generalnaya konferenciya. Trinadcataya sessiya. Vena, 7–11 dekabrya 2009 goda. 14 s. url: <http://www.unido.org> (data obrashheniya: 01.03.2011)

7. Okruzhayushhaya sreda v mnogostoronnej sisteme: «zelenaya ekonomika» [elektronnyj resurs]: oon. / Globalnyj forum po okruzhayushhej srede na urovne ministrov. Bali, Indoneziya, t.v. Zaxarova 8 24–26 fevralya 2010 goda. 23 s. 11-ya specialnaya sessiya Soveta upravlyayushhix. url: unep/gcss.xi/10/add/1 (data obrashheniya: 14.02.2011)

8. Myurrej R. Cel – Zero Waste: per. s angl. m.: OMNNO «Sovet Grinpis», 2004. 232 s.

9. Kennet M. What Green Economics? An age of global transformation – An Age of Green Economics [elektronnyj resurs]: 2010. 12 s. url: <http://www.greenomics.org.uk> (data obrashheniya: 20.02.2011)

10. «Zelenaya ekonomika» – novyj vektor ustojchivogo razvitiya? // mostly mezhdutorgovlej i ustojchivym razvitiem. 2010. vyp. 5 (iyul–avgust). s. 17–18

11. Piskulova n. razvitie mirovoj ekonomiki: ekologicheskij vektor // meimo. 2010. № 12. s. 28–37

12. Gonchar K. Innovacionnoe povedenie promyshlennosti: razrabatyvat nelzya zaimstvovat // voprosy ekonomiki. 2009. № 12. s. 125–141

13. Ivanter V.V. Trudosberezhenie kak prioritet // ekonomist. 2011. № 1. s. 3.

УДК 338.439:633/.635

**ПРОИЗВОДСТВО И ПЕРЕРАБОТКА МАСЛИЧНЫХ КУЛЬТУР
- ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ
АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО СЕКТОРА**

Ш.Д. Жайлаубаева, Ж.Х. Кажиева

Государственный университет имени Шакарима, г. Семей

В настоящее время на территории Республики Казахстан выращивают различные виды масличных культур. При этом основным регионом возделывания подсолнечника являются Восточно-Казахстанская и Павлодарская области, рапса - Северо-Казахстанская, Костанайская и Акмолинская области, сафлора - южные области, сои - Алматинская область. Такое распределение определяется климатическими особенностями этих регионов, которые позволяют возделывать указанные масличные культуры с учетом региональных особенностей [1, с.25]. Их семена широко используются при производстве растительного масла для пищевой, легкой, фармацевтической промышленности. Жмых и шрот, получаемый в процессе переработки масличных культур, являются ценными белковыми компонентами в рационе кормления животных. В связи с интенсивным развитием экологических видов топлива возрастает роль масличных культур в производстве биодизеля.

Однако проведенный анализ показывает, что производимые объемы масличных семян не обеспечивают потребности населения и промышленности Казахстана в полной мере. Следует отметить, что большая часть производителей

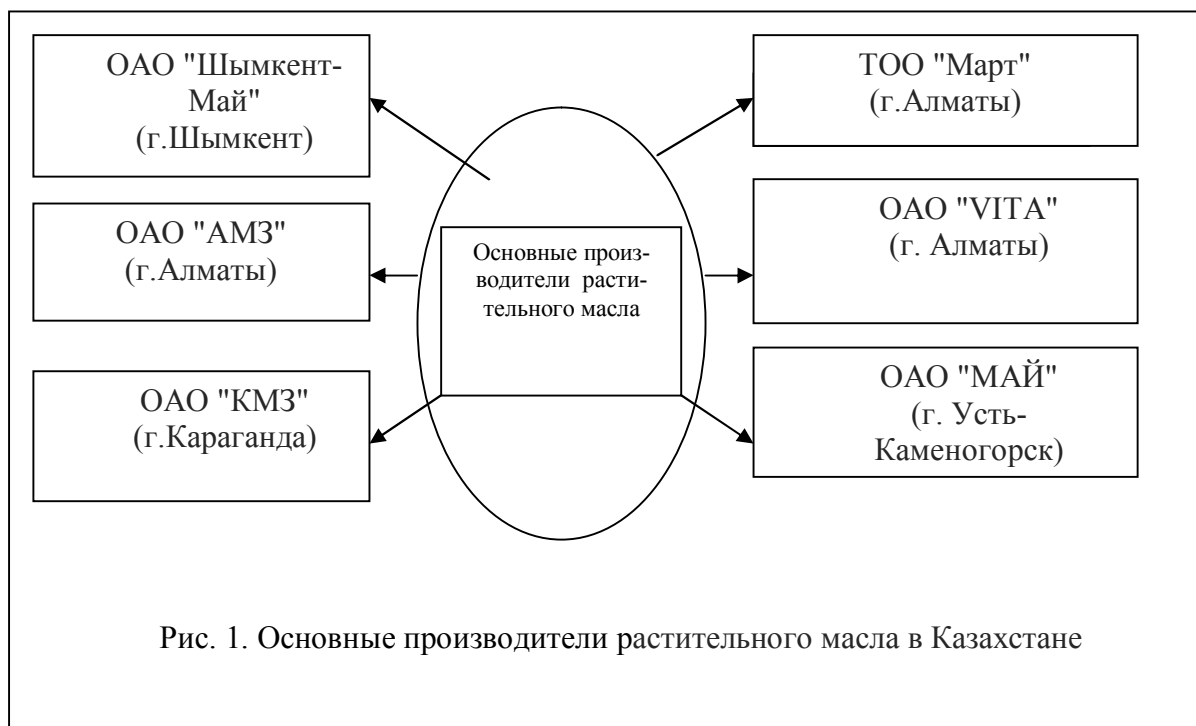
масличных культур отдают предпочтение диверсификации производства, предполагающего сочетание выращивания семян масличных с другими культурами.

Одной из причин сложившейся ситуации является снижение плодородия почвы. К примеру, подсолнух корнями проникает в почву на полтора метра и, усваивая питательные вещества, истощает чернозем. Поэтому эту культуру следует сеять на одном и том же поле не чаще одного раза в семь-десять лет. Однако в настоящее время многие фермеры нарушают правила севооборота. Ситуацию усугубило и то, что в последние годы поля не засевают кормовыми травами. В результате сельхозпроизводители в лучшем случае сеют подсолнечник с периодичностью раз в 4-5 лет. За этот период важно максимально восполнить плодородие земли. Достичь этого можно классическим методом: на следующий год после уборки подсолнечника нужно пустить поле под пар, т.е. оставить нетронутым. Затем на «отдохнувшей» почве следует сеять повышающие ее плодородие многолетние кормовые травы, горох и озимую пшеницу. А уже потом - снова подсолнечник. И еще одно обстоятельство. Сегодня все без исключения хозяйства области не удобряют поля в полном объеме, а потому из года в год снижается плодородность черноземов. Для сравнения: в Великобритании и Голландии на один гектар вносят 800 кг действующего вещества удобрений. Также в почве снижается удельный вес гумуса (основного органического вещества, отвечающего за плодородие почвы), что также снижает урожайность подсолнечника на один центнер с каждого гектара. Чтобы вернуть былое плодородие, истощенную почву необходимо полноценно удобрять на протяжении 20 лет (0,1 % гумуса восстанавливается за десятилетие).

На производство масличных семян большое влияние оказывает неконкурентная семенная база, недостаточная работа по созданию новых и улучшению имеющихся сортов, устойчивых к болезням и вредителям. Дефицит перерабатывающих мощностей в местах выращивания масличных вынуждает отдельных производителей идти на строительство малых маслобоен, эффективность которых ниже крупных маслоэкстракционных заводов. Помимо прочего контрактные отношения производителей сырья и перерабатывающих предприятий остаются несовершенными. Серьезной проблемой производителей семян масличных культур, особенно в нетрадиционных регионах их выращивания, является отсутствие или недостаток сушилен или хранилищ для семян масличных культур.

Среди различных видов растительных масел наибольшей популярностью пользуется подсолнечное масло, далее кукурузное, оливковое и соевое.

В настоящее время в республике имеется 303 предприятия по переработке масличных культур и производству растительного масла суммарной мощностью 760 тонн в смену, или 190 000 тонн в год. Из них 6 предприятий относятся к категории крупных (рисунок 1). Из-за недостатка сырья мощности используются на 70%. При этом до 70% подсолнечного масла вырабатывается из семян, произведенных в Казахстане, и 30% - из импортируемых семян.



Отечественный рынок растительного масла также имеет свои сильные и слабые стороны. К первым относится, например, то, что перерабатывающие предприятия испытывают дефицит местного сырья. Поэтому производственные мощности перерабатывающих предприятий используются не на полную мощность. Сохраняется высокий уровень износа основных фондов перерабатывающих предприятий. Доля импортного масла в потреблении достигает более 30%. Значительная часть сырья перерабатывается мелкими маслобойными цехами, в результате чего масло имеет малые сроки хранения, плохие вкусовые качества и т.д.

Подготовкой кадров для АПК в республике занимаются 15 высших учебных заведений по 18 специальностям и 168 сельских учебных заведений технического и профессионального образования по 25 специальностям. Однако на сегодняшний день одной из проблем является недостаток квалифицированных кадров из-за отсутствия эффективных методик прогнозирования потребности в кадрах, недостаточного выделения государственных заказов на подготовку аграрных кадров и низкого уровня трудоустройства выпускников сельскохозяйственных и ветеринарных специальностей (16-30% от количества выпускаемых специалистов высшего образования). Также нехватка кадров отмечается в тех районах, где отсутствуют учебные заведения технического и профессионального образования.

Что касается сильных сторон, то к ним относится ежегодное увеличение государственной поддержки сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности. В целях повышения уровня самообеспечения страны конкурентоспособной продукцией реализуются бюджетные программы, направленные на конкретный конечный результат. Из республиканского бюджета субсидируется приобретение ГСМ, минеральных удобрений и средств защиты растений. Субсидии также выделяются на развитие семеноводства и услуги по доставке

воды для полива. Субсидии на приобретение ГСМ, минеральных удобрений и средств защиты растений выделяются из расчета на 1 га по видам приоритетных сельскохозяйственных культур. В качестве стимулирования развития пищевой и перерабатывающей промышленности при условиях экономической эффективности, повышения качества и конкурентоспособности производимой продукции осуществляются:

- субсидирование ставки банковского вознаграждения по кредитам, выдаваемым банками второго уровня перерабатывающим предприятиям на пополнение их оборотных средств;
- субсидирование затрат предприятий на разработку, внедрение и сертификацию систем менеджмента качества и безопасности продукции;
- организация лизинга оборудования перерабатывающим предприятиям;
- налоговое послабление по уплате НДС.

Кроме того, существует множество программ кредитования через подведомственные Министерству сельского хозяйства организации, сельские кредитные товарищества, микрокредитные организации, лизинга техники под низкие процентные ставки.

Получает развитие производство замкнутого цикла, предусматривающее выращивание и переработку масличных как на пищевые, так и на технические цели [2, с. 58-60]. И очень кстати, что цены на растительные масла как в стране, так и на мировом рынке продолжают расти.

Как видно, имеются все предпосылки для увеличения производства масличных культур. В перспективе, при соблюдении агротехнологий и использовании районированных сортов плюс воспитании достаточного количества высококвалифицированных агрономов Казахстан может отстоять свой рынок от импорта, а также выйти на региональные рынки (такие как Киргизия, Иран и т.п.). Ведь общеизвестно, что основами эффективного сельскохозяйственного производства в растениеводстве являются высокопродуктивные сорта и гибриды, качественные семена, научнообоснованные севообороты и неукоснительное соблюдение агротехнологий. Также немаловажным фактом является – обеспечение селекционных программ специалистами высшей квалификации с обучением и стажировкой, а НИИ – современной специализированной малогабаритной сельскохозяйственной техникой, лабораторными приборами и оборудованием [3].

В республике имеются все природные компоненты для получения хороших урожаев. Так, в целях обеспечения продовольственной безопасности планируется увеличение производства подсолнечника с 367,9 тыс. тонн в 2009 году до 552,0 тыс. тонн к 2014 году, рапса с 107,2 тыс. тонн в 2009 году до 220,0 тыс. тонн в 2014 году, сои – с 94,3 тыс. тонн в 2009 году до 141,0 тыс. тонн в 2014 году, сафлора – с 84,1 тыс. тонн в 2009 году до 132,0 тыс. тонн в 2014 году [4, с.25]. С учетом роста объемов производства масличных культур прогнозируется рост объемов переработки маслосемян и производства отечественными перерабатывающими предприятиями растительного масла с 206,7 тыс. тонн в 2009 году до 333 тыс. тонн в 2014 году.

Также, при условии увеличения использования биодизеля в качестве топлива для автомобилей и сельскохозяйственной техники, у республики имеются довольно большие резервы неудовлетворенного спроса в растительном масле как на внутреннем рынке, так и на экспорт.

Библиографический список

1. Казахстан: не только с хлебом, но и с маслом [Электронный ресурс] // <http://www.apk-inform>.
2. Жайлаубаева Ш.Д. Развитие интеграции АПК в рыночных условиях // Вестник СГУ им. Шакарима. 2012. №2. С. 58-60.
3. Как уйти от нетто-импортерства? Отечественный рынок растительного масла: плюсы и минусы [Электронный ресурс] // <http://dknews.kz/kak-ujjti-ot-netto-importerstva-otechestvennyjj-rynok-rastitel'nogo-masla-plyusy-i-minusy.htm>
4. Программа по развитию агропромышленного комплекса (далее – АПК) в Республике Казахстан на 2010-2014 годы [Электронный ресурс] // <http://www.ablest.ru/>.

ББК 65.30

К ВОПРОСУ О ТРАНСФОРМАЦИИ СУЩНОСТИ И ПРИНЦИПОВ ОПЕРАТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

А.В. Жарикова

Рубцовский индустриальный институт

В статье рассматривается сущность оперативного планирования в командно-административной экономической системе и рыночной системе. Автором отмечаются характерные черты, присущие оперативному планированию в рамках рассматриваемых экономических систем.

В командно-административной экономической системе планирование было довольно хорошо развито. Вся система социалистического народнохозяйственного планирования носила исключительно директивный характер. В основе управления производственным процессом лежало директивное планирование. Такое планирование предполагало установление государством плана производства, цен на продукцию, определение поставщиков и потребителей.

После принятия план принимал форму закона, становился обязательным для всех исполнителей, а должностные лица за невыполнение заданий плана несли ответственность, в том числе и уголовную. С помощью пятилетних и годовых планов Госкомитет по планированию, отраслевые министерства, другие ведомства пытались управлять экономическими процессами.

В таких условиях оперативное планирование реализовывалось в два этапа. На первом осуществлялось укрупненное планирование на пять лет с разбивкой по годам, формировалась производственная программа. Годовая программа разбивалась по кварталам и месяцам. Вследствие таких расчетов старались достигнуть соответствия показателей работы предприятия Государственному

плану экономического и социального развития и техпромфинплану предприятия. Проект плана, как правило, разрабатывался самим предприятием, при этом основной целью являлось согласование разрабатываемой производственной программы производственной мощности предприятия. При командно-административной экономике стремились к полной загрузке оборудования, поскольку существовала жесткая привязка планов к производственной мощности. План производства практически не был ориентирован на спрос.

Таким образом, нужно отметить, что в рамках первого этапа оперативного планирования осуществлялось объемное среднесрочное планирование.

На втором этапе распределялась программа по производственным подразделениям и календарным отрезкам времени. Кроме того, второй этап был связан с календарной увязкой исполнения отдельных операций, изделий, сборочных единиц на конкретных рабочих местах или в структурных подразделениях, таким образом, реализовывалось оперативно-календарное планирование. При этом особое значение имел выбор системы оперативно-календарного планирования, то есть определенной технологии плановой работы. Система оперативно-календарного планирования характеризуется рядом параметров, таких как: степень централизации плановой работы, выбор планово-учетной единицы, дифференциация плановых периодов, состав календарно-плановых нормативов, порядок учета и движения продукции и оформления учетной документацией. Обязательным условием эффективного функционирования системы оперативного планирования производством является наличие обоснованной нормативной базы, а именно: календарно-плановые нормативы, нормы материалоемкости, нормы использования производственных мощностей, нормы материальной обеспеченности производства.

В области оперативно-календарного планирования использовалась «выталакивающая» (так называемая «принудительная») система. Суть которой сводится к тому, что каждый цех, выполнив производственное задание, передает продукцию на склад следующего цеха или промежуточный склад участка, независимо от потребности в ней в данный момент. С связи с чем между цехами и участками образовывались значительные производственные запасы, заделы, что требовало дополнительных затрат на хранение. Наличие запасов в свою очередь замедляло оборачиваемость оборотных средств, увеличивало себестоимость продукции и вело к дестабилизации производственной системы. В то же время при изменении спроса на конечную продукцию производственные заделы могли быть не востребованы.

В целом систему оперативного планирования работы предприятий тех лет следует определять как централизованную систему. Такая система планирования подавляла инициативу предприятий, практически не уделялось внимание планированию таких показателей, как рентабельность, фондоотдача.

Таким образом, оперативное планирование в условиях командно-административной экономической системы характеризовалась следующим:

- большими плановыми периодами;
- отсутствием ориентации плана производства на спрос;
- высокой степенью централизации планирования;

- использованием «выталкивающей» системы оперативно-календарного планирования.

В основе оперативного планирования лежали такие частные принципы, как директивность, централизованность и адресность.

В условиях рыночной экономики произошла трансформация взглядов на оперативное планирование. Во-первых, поменялся субъект планирования. Если раньше субъектом выступало государство, то теперь собственник. Сегодня для предприятий в государственном плане могут содержаться лишь прогнозы и ориентиры, указывающие наиболее целесообразные и стимулируемые с помощью налоговых и иных льгот направления развития. В таких условиях планирование осуществляется непосредственно на предприятии и не является директивным, не навязывается «сверху».

Во-вторых, в этих условиях каждый производитель ориентируется на максимальное удовлетворение потребностей в своих товарах и получение максимального дохода.

С ориентацией плана производства предприятия на спрос связана третья особенность оперативного планирования в условиях рынка, а именно применение децентрализованных систем оперативно-календарного планирования. Выбор системы оперативного планирования в условиях рынка определяется преимущественно объемом спроса на продукцию и услуги, номенклатурой и техническими характеристиками изделий, затратами и результатами планирования, масштабом и типом производства, степенью унификации и применяемости деталей и сборочных единиц, организационной структурой предприятия и другими факторами.

Кроме того, как отмечалось ранее [1], одной из главных проблем производства, особенно мелкосерийного и единичного типов, является низкий коэффициент загрузки оборудования, поскольку на современных предприятиях в меньшей степени план привязан к производственной мощности.

В-четвертых, объемное планирование в новых условиях становится краткосрочным. Поскольку отсутствует укрупненное планирование на пять лет. План разрабатывается предприятием с учетом спроса на свою продукцию (портфеля заказов).

В-пятых, важной отличительной чертой и достоинством оперативного планирования в условиях рыночной экономики на предприятиях является его внешняя ориентированность, то есть необходимость учета внешней среды.

Предприятие в условиях рыночной экономике является открытой системой и тесно взаимодействует с внешней средой, главным образом получая информацию. В этой ситуации система планирования должна обеспечивать устойчивость и адаптивность предприятию как социально-экономической системе. Вместе с тем система планирования на предприятии включает ряд взаимосвязанных подсистем. Причем именно подсистема оперативно-производственного планирования позволяет в наибольшей степени придавать данной системе свойства устойчивости и гибкости за счет более коротких сроков реакции на информацию из внешней среды об объемах спроса на продукцию. Собственно, поэтому система оперативного планирования должна реагировать на возника-

ющие отклонения во взаимоотношениях с внешним окружением, учитывать внешние угрозы и возможности. Как отмечалось [2], предприятию можно добиться получения стабильной прибыли, только если планировать основные параметры своей деятельности с учетом меняющейся внешней среды.

Таким образом, оперативное планирование в рыночных условиях характеризуется следующим:

- небольшими плановыми периодами;
- ориентацией плана производства на спрос;
- учетом влияния внешней среды;
- использованием децентрализованных систем оперативно-календарного планирования.

В заключение следует отметить, что с переходом от командно-административной к рыночной экономической системе оперативное планирование претерпело ряд коренных изменений.

Библиографический список

1. Жарикова А.В. Проблемы загрузки оборудования в мелкосерийном производстве / Пятая международная научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом» 18-19 апреля 2013 года / Рубцовский индустриальный институт. - Рубцовск, 2013. – С. 323-327.

2. Ляпкина Н.А., Жарикова А.В. Оперативное планирование как один из этапов управления изменениями / Современные тенденции в образовании и науке: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 28 декабря 2012 г.: в 10 частях. Часть 8; М-во обр. и науки РФ. Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-НаукаОбщество», 2013. – С. 92-94.

УДК 338.45

МОНИТОРИНГ ИННОВАЦИОННОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ РФ: РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ И ПРИОРИТЕТЫ

О.И. Изряднова, Л.И. Лугачева, М.М. Мусатова

*Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара, г. Москва,
Институт экономики и организации промышленного производства
СО РАН, г. Новосибирск*

Переход к инновационному развитию связан с практическим решением проблем повышения восприимчивости традиционных секторов экономики к новым технологиям. Российский бизнес восприимчив к инновациям по параметру привлечения нового, высокотехнологичного оборудования – это видно по объемам его импорта. Соответственно, обновление происходит за счет заимствования зарубежных технологий, и не всегда самых современных. Покупка оборудования, в первую очередь зарубежного, и остается основным видом инновационной деятельности на промышленных предприятиях.

Следует отметить что для структуры затрат на инновации характерным является доминирование расходов на технологические инновации, при этом если в добывающем производстве основные затраты приходятся на процессные инновации, то в обрабатывающих производствах – на продуктовые инновации. В обрабатывающей промышленности по таким видам деятельности, как фармацевтическое производство, производство офисного оборудования и вычислительной техники, производство машин и оборудования, производство пищевых продуктов и табачных изделий и производство мебели, фиксируется повышение расходов на организационные и маркетинговые инновации, в то время как, например, по автомобилестроению затраты такого типа снижаются. В отраслях инфраструктуры доля затрат на организационных и маркетинговых инновации превышает обобщающий показатель в целом по экономике и по обрабатывающему производству.

Анализ инновационной активности по видам экономической деятельности предполагает классификацию, в частности по признакам уровня используемых технологий.

Показатель инновационной деятельности в промышленности РФ варьируется в интервале 5,6 % (производство и распределение электроэнергии, газа и воды) – до 13,3 % (обрабатывающие производства). Среди других видов экономической деятельности выделяется «Связь», в которой более 13,8 % предприятий и организаций участвуют в инновационном процессе. Это определяется и тем обстоятельством, что «Производство аппаратуры для радио, телевидения и связи» является лидером по доле предприятий, занятых инновационной деятельностью в классификационной группе высокотехнологичных отраслей. Более 2/5 организаций и предприятий, занятых производством средств связи, участвуют в технологических инновациях – более 15 % в организационных и 8 % – в маркетинговых, что существенно превышает средний показатель по промышленности и обрабатывающему производству и соответствует прогрессивным тенденциям в развитии мировой практике. В «Производстве летательных аппаратов, включая космические» доля предприятий, осуществляющих технологические инновации, в 2011 г. составляла 35,6 %, и «Производстве фармацевтической продукции и изделий медицинской техники» этот показатель составил около ¼ на фоне уменьшения доли инновационно-активных предприятий.

В традиционных видах экономической деятельности, имеющих средний потенциал инновационного развития, таких как химическое производство и машиностроительный комплекс, удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, находится в интервале от 17,7 % («Производство машин и оборудования») до 24,4 % («Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов»). Наиболее активными в инновационной деятельности остаются предприятия, ориентированные на переработку минерального сырья. Так, по виду деятельности «Производство кокса и нефтепродуктов» доля инновационно-активных предприятий достигает 31,7 %, а в «Металлургическом производстве» – 24 %. Низкая технологическая база комплекса производств лесопромышленного комплекса определяет низкую инновационную активность предприятий, доля которых остается на крайне низком уровне. Хотя по инноваци-

онности технологий добыча нефти и газа на шельфе, а также производство электроэнергии на атомных электростанция относятся к инновационному сектору, однако доля предприятий, занятых внедрением инноваций, остается ниже среднего по промышленности уровня.

Таблица 1

Инновационная активность организаций по видам экономической деятельности

Показатель	Совокупный уровень инновационной активности организаций, %		Удельный вес организаций, осуществлявших инновации отдельных типов, в общем числе организаций, %					
			Технологические		Организационные		Маркетинговые	
	2008	2011	2008	2011	2008	2011	2008	2011
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Добывающие, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды - всего	11,0	11,1	9,6	9,4	3,52	3,5	2,6	2,5
Добыча полезных ископаемых	7,8	8,4	6,6	6,8	2,5	3,9	0,4	0,7
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	6,2	11,3	5,9	9,0	2,1	5,8	0,3	1,1
Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	6,2	4,5	4,9	4,8	4,4	3,9	0,5	0,2
Обрабатывающие производства	13,5	13,3	11,8	11,6	4,2	4,1	3,5	3,4
Высокотехнологичные отрасли	31,3	30,0	30,0	28,0	10,6	10,0	6,6	6,7
Производство фармацевтической продукции	25,0	24,7	25,0	22,4	5,3	9,1	8,6	8,9
Производство офисного оборудования и вычислительной техники	23,5	37,5	23,5	25,0	17,6	10,0	11,8	7,5
Производство аппаратуры для радио, телевидения и связи	38,8	36,1	38,2	33,5	13,7	9,7	6,6	5,7
Производство изделий медицинской техники, средств измерений, оптических приборов и аппаратуры, часов	27,1	27,2	25,3	25,5	8,2	8,6	4,9	6,4
Производство летательных аппаратов, включая космические	39,1	35,6	36,2	33,6	17,4	16,9	11,6	8,9
Среднетехнологичные отрасли высокого уровня	21,2	19,7	19,4	17,6	6,7	6,3	4,9	4,6
Химическое производство	23,3	23,2	21,9	21,1	8,9	6,8	4,9	4,1
Производство машин и оборудования	18,3	17,7	16,9	15,3	5,2	5,0	3,9	4,3
Производство электрических машин и электрооборудования	21,4	20,4	20,2	20,1	6,5	6,6	7,0	7,1
Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов	28,3	24,4	21,0	22,2	10,0	7,9	5,8	3,3
Производство прочих транспортных средств	22,3	13,9	19,2	12,0	8,8	5,6	4,1	3,0
Среднетехнологичные отрасли низкого уровня	12,3	12,6	11,0	11,2	4,0	4,3	2,2	2,5
Производство кокса и нефтепродуктов	36,2	31,7	31,9	31,7	17,0	11,5	5,3	5,8
Производство резиновых и пластмассовых изделий	12,0	12,1	10,7	10,3	3,8	3,6	2,7	3,0

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	10,1	9,7	8,2	8,1	3,4	2,9	2,2	1,9
Металлургическое производство	24,6	24,9	22,9	22,8	8,5	8,3	2,8	2,9
Производство готовых металлических изделий	10,9	9,7	10,5	9,7	4,0	3,2	2,3	2,5
Строительство и ремонт судов	13,9	14,4	11,9	14,4	5,7	3,6	2,6	1,2
Низкотехнологичные отрасли	7,8	7,7	6,4	6,3	2,1	2,2	2,8	2,6
Производство пищевых продуктов, включая напитки	11,7	11,7	9,8	9,4	2,5	3,1	4,5	4,7
Производство табачных изделий	23,8	36,8	23,8	31,6	9,5	5,3	4,8	15,8
Текстильное производство	6,2	8,3	5,3	7,4	2,0	1,9	1,3	2,5
Производство одежды; выделка и крашение меха	5,8	5,3	4,5	3,9	2,7	2,2	2,7	1,8
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	8,5	8,0	4,9	3,8	4,2	3,6	2,8	2,2
Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели	5,5	5,5	4,6	3,8	2,7	2,1	1,2	1,7
Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий	9,8	13,3	8,4	12,4	4,0	4,4	2,3	4,0
Издательская и полиграфическая деятельность, тиражирование записанных носителей	3,8	2,7	2,6	2,1	0,9	0,7	0,7	0,6
Производство мебели и прочей продукции, не включенной в другие группировки	11,0	12,2	9,4	9,3	3,3	2,8	4,8	3,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,2	5,6	4,2	4,7	1,8	1,6	0,3	0,4
Связь, деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, оптовая торговля - всего	7,3	7,1	5,2	4,9	2,8	2,7	2,4	2,9
Связь	15,2	13,8	12,0	11,1	5,7	4,6	6,2	5,5
Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий	10,0	9,2	8,8	7,8	2,3	2,9	1,3	1,2

Источник: Министерство образования и науки, Росстат, Государственный университет - Высшая школа экономики
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science

Анализ затрат на инновации показывает, что в 2005-2011 гг., что изменение структуры определяется опережающим ростом инвестиционных расходов в высокотехнологичных отраслях при абсолютном сокращении затрат на инновации в среднетехнологичных отраслях высокого уровня. Повышение доли среднетехнологичных отраслей низкого уровня и низкотехнологичных отраслей определяется ростом расходов на инновации в металлургическом производстве, в производстве кокса и нефтепродуктов и в пищевой промышленности.

Плановая экономика породила два типа машиностроительных предприятий: с одной стороны, были созданы универсальные заводы с самодостаточно-

ми производствами — от литейных цехов до сборочных производств; с другой стороны – заводы с узкой номенклатурой продукции, отличающиеся чрезмерно жесткими технологическими связями с поставщиками и потребителями. Эти особенности в сочетании с высокой долей оборонной продукции в отрасли не позволили в условиях перехода к рынку быстро переориентироваться на новый характер потребительского и инвестиционного спроса. В результате были в значительной мере потеряны как внешние, так и внутренние рынки. Объемы производства и инвестиций стремительно сокращались. Постепенно снижалась доля наукоемкой продукции в общем объеме выпуска, а затем произошло определенное замещение продукции пятого технологического уклада продукцией предыдущих поколений. Огромный отечественный научный и технологический потенциал, в том числе в оборонной промышленности, не был задействован в новых экономических условиях.

В результате к 2013 г. объем импорта высокотехнологичной продукции почти в 2,2 раза превышал экспорт этого вида товаров при высокой дифференциации этого показателя по группам высокотехнологичных товаров.

Таблица 2

Объемы и структура экспорта и импорта высокотехнологичной продукции в январе-июле 2013 г.

Показатель	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
	млн долл		в % к итогу	
Высокотехнологичная продукция	10456	22465	100	100
Товары авиакосмической промышленности	4071	4219	38,93	18,78
Компьютерно-офисная техника	158	3498	1,51	15,57
Фармацевтическая продукция	107	2417	1,02	10,76
Научные приборы	540	2878	5,16	12,81
Другие товары	5580	9453	53,37	42,08

Источник: Социально-экономическое положение России. Январь-июль 2013. М.: Росстат, 2013. С. 129-130.

Формирование открытой рыночной экономики предполагает включение в глобальную мировую систему, как в части торговли товарами и услугами, так и в части обмена технологиями. Оценка технологического уровня или качества результатов научно-технической деятельности должна проводиться не только по отношению к существующему в стране уровню, но по отношению к лучшим мировым образцам. Открытость рынков позволяет обеспечивать устойчивую конкурентоспособность только в случае, если внедряемые технологии соответствуют по своему уровню или превосходят внедряемые в наиболее развитых странах-конкурентах.

Отрицательный баланс в торговле машинами, оборудованием и транспортными средствами четко высветил две проблемы: отечественное машиностроение все больше отставало в своем развитии от зарубежных стран; уровень внешнеэкономических связей со странами-традиционными партнерами стал на

порядок ниже, что говорило о слабой конкурентоспособности машинотехнической продукции России.

Общие структурные преобразования в машиностроительном комплексе можно охарактеризовать следующим образом: во-первых, снизилась доля машиностроительных оборонных производств при повышении доли гражданского машиностроения; во-вторых, удельный вес машиностроительных производств, непосредственно работающих на потребительский рынок и модернизацию потребительского сектора, увеличился; в-третьих, значительно снизилась доля машиностроения, непосредственно обслуживающего специализированные виды производств, в частности, станкостроения, участвующего в модернизации станочного парка всех отраслей машиностроения. Следует обратить внимание, что в российской экономике сохраняется низкая доля инвестиций в развитие собственно машиностроения, что сопровождается низкой производительностью труда. Низкие рейтинги по конкурентоспособности и интегральной эффективности машиностроения препятствуют переливу капитала из других отраслей промышленности и секторов хозяйства в эту самую важнейшую потенциально высокотехнологичную отрасль. Вероятно, что сложившуюся ситуацию обусловила в значительной мере институциональная структура этого блока: доля частной собственности среди других блоков – минимальная, а доля смешанной российской собственности в совокупности с государственной – наименее эффективных структур максимальная.

Основные проблемы инновационного развития машиностроительного комплекса связаны с незавершенностью национальной инновационной системы; отсутствием мотивационного механизма создания высокотехнологичной продукции высокого качества и конкурентоспособности и комплексного обслуживания эксплуатационных потребностей машинотехнической продукции по современным мировым стандартам; неразвитостью современных форм транспарентного государственного и частного партнерства, включая вхождение в машиностроительный бизнес, особенно в оборонный сектор машиностроения.

Структура экономики России характеризуется доминированием крупных компаний, концентрацией их в добывающих производствах и машиностроении, небольшим числом наукоемких компаний в производстве электроники, компьютеров и потребительских товаров.

Российские корпорации по добыче природных полезных ископаемых располагают достаточными финансовыми ресурсами для технико-технологического совершенствования производства и достаточно успешно используют практику привлечения российской науки, формирования стратегических альянсов и международной научно-технической кооперации. Компании традиционных высокотехнологичных отраслей (авиакосмическая, оборонная и сопряженные производства машиностроения) в настоящее время способны поддерживать свои конкурентные преимущества при сильной поддержке государств, в частности путем создания государственных корпораций по обеспечению прорывных направлений инновационного развития страны. Однако анализ структуры затрат на инновации показывает, что 45,3 % затрат приходится на организации частной собственности, 11,8 % – совместной российской и ино-

странной собственности и 23,5 % – государственной собственности. Таким образом, интенсивность инновационного развития находится в определяющей зависимости от активности организаций негосударственной формы собственности.

Именно от склонности частных компаний к внедрению новых технологических решений с целью решения вполне определенных коммерческих задач во многом зависит успех технологической инновации на рынке. Но в нашей стране в настоящее время сложилась парадоксальная ситуация, возможности научно-исследовательской системы не востребованы частным бизнесом, который вполне эффективно достигает высоких результатов при минимальном риске и в короткие временные интервалы в процессе осуществления далекой от инноваций деятельности, при этом значительно проигрывая рынку в стратегических достижениях. Вместе с тем большая часть российского бизнеса не имеет четкой инновационной стратегии и не привыкла к инвестированию в собственные исследования и разработки. Система государственных НИИ практически изолирована от рынка и потребителей, поэтому принципиально важно увеличить ее результативность и уровень интеграции с бизнесом.

Отсутствие четкой стратегии инновационной деятельности на уровне отдельных видов экономической деятельности на практике находит отражение в динамике затрат на ее осуществление по источникам финансирования. Основным источником финансирования затрат на инновации остаются собственные средства организаций при сдержанном участии государства. Однако следует заметить, что с 2005 г. повышается роли привлеченных средств по другим источникам финансирования.

Таблица 3

Затраты на технологические инновации в промышленных организациях по источникам финансирования в 2003–2011 гг.

Показатель	Затраты на технологические инновации, млрд. руб.						Структура затрат на технологические инновации, в % к итогу					
	2003	2005	2008	2009	2010	2011	2003	2005	2008	2009	2010	2011
Всего	105,4	125,7	276,3	358,9	349,8	469,4	100	100	100	100	100	100
в том числе:												
собственные средства организации	93,1	98,9	199,8	265,6	241,7	326,6	88,3	78,7	72,3	74,0	69,1	69,6
средства федерального бюджета	2,3	5,5	7,7	11,9	16,4	22,1	2,1	4,4	2,8	3,3	4,7	4,7
средства бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов	0,6	0,9	0,8	0,4	1,0	1,2	0,6	0,7	0,3	0,1	0,3	0,2
средства внебюджетных фондов	0,2	0,1	0,4	0,02	0,03	0,4	0,2	0,1	0,1	0,01	0,01	0,1
иностраннные инвестиции	1,9	1,9	0,2	12,5	9,4	5,0	1,8	1,5	0,1	3,5	2,7	1,1
прочие средства	7,3	18,3	67,3	68,4	81,2	114,1	7,0	14,6	24,4	19,1	23,2	24,3

Источник: Российский статистический ежегодник 2012. М. Росстат, 2012. С. 576.

Сопоставление структуры финансирования затрат на инновации по видам экономической деятельности показывает, что в высокотехнологичных отраслях и среднетехнологичных отраслях высокого уровня в последние годы увеличиваются масштабы государственной поддержки при динамичном росте финансирования за счет привлеченных средств других организаций и кредитов. Отрасли среднего и низкого технологического уровня по-прежнему ориентируются на собственные и заемные средства других организаций, что отличает их от среднетехнологичных отраслей высокого уровня, где недостаток собственных средств восполняется бюджетными вливаниями.

Другой характерной тенденцией для изменения затрат на инновации является уменьшение расходов на исследования и разработки, производственное проектирование при росте доли затрат на приобретение машин, оборудования и технологий. Настораживающим моментом выступает сокращение доли затрат на исследования и разработки в высокотехнологичных отраслях на фоне общей тенденции к сокращению числа организаций, имеющих научно-исследовательские и проектно-конструкторские подразделения, также и численности работников. Если в высокотехнологичных отраслях фиксируется увеличение численности работников, выполняющих исследования и разработки, то в среднетехнологичных отраслях высокого уровня, формирующих материально-техническую базу, напротив, численность этой категории работников сокращается, при нарастающем дефиците высококвалифицированных инженерных кадров.

Библиографический список

1. Изряднова О. Неблагоприятный фон для бизнеса // Экономическое Развитие России. № 2, февраль 2014. Институт экономической политики им. Е.Т. Гайдара.
2. Соколов А.В., Лугачёва Л.И., Мусатова М.М. Российская металлургия: в поисках стратегии нового времени // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 40. – С. 31-41.
3. Мереминская Е. Ситуация в обрабатывающих производствах продолжает ухудшаться [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.gazeta.ru/gazeta/authors/ekaterina_mereminskaya.shtml (27.12.2013)
4. Улюкаев А. России необходимо к 2018г. увеличить долю несырьевого сектора на 40 п.п. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://quote.rbc.ru/news/fond/2014/02/20/34119945.html> (04.03.2014)
5. Мантуров Д. Основной драйвер роста станкостроения – реализация программ по развитию ОПК [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.sovetnikprezidenta.ru/115/10_kb.html
6. Мусатова М.М. Модели взаимодействия государства и корпораций на рынке слияний и поглощений // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 2. – С. 19-27.

7. «Роснефть» построит в Мурманской области центр судостроения [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://top.rbc.ru/economics/08/02/2014/904102.shtml>

8. «Ведомости»: в ближайшие годы экспорт автомобилей из России вырастет в 7 раз до 1 млн в год [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.finmarket.ru/economics/article/3626795> (11.02.2014)

9. Шарифулин В. «Рособоронэкспорт» в 2013 году поставил заказчикам вооружений на рекордные \$13,2 млрд. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://itar-tass.com/ekonomika/916074> (27.02. 2014)

10. Минэкономразвития предлагает создать единый институт поддержки экспорта на базе ЭКСПАР и Росэксимбанка. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.finmarket.ru/economics/article/3635186> (02.02 2014).

ББК 65.9

РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРНЫХ ИНИЦИАТИВ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ю.М. Ильиных

*ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова»*

Создание кластеров в экономике России дает импульс для инновационного развития экономики, а также позволяет выявить новые возможности для ускорения экономического роста регионов

В последнее время в России происходит осознание значимости кластерного подхода в решении задач технологического развития и модернизации национальной экономики. В то же время применение кластерного подхода становится одним из ключевых направлений региональной промышленной политики.

Интерес к кластерам объясняется широкомасштабным положительным опытом кластеризации экономик многих развитых стран мира, доказавшим не в теории, а на практике эффективность использования сетевых структур в повышении конкурентоспособности экономики как отдельных регионов, так и страны в целом. Согласно данным «Зеленой книги кластерных инициатив» (Cluster Initiative Green book) [1], всего в мире на 2003 год было выявлено более 500 различных кластерных инициатив. Авторы исследования отмечают, что наиболее часто кластерные инициативы инициализируются в переходных развивающихся странах, при этом инициаторами выступают: правительства (32%), бизнес (27%) и совместно бизнес и государство (35%), финансирование кластерных инициатив осуществляется государством (54%), бизнесом (18%), совместными усилиями бизнеса и государства (25%). В России же курс на формирование кластеров в экономике был взят в 2005 г. Именно с этого периода тема создания кластеров становится одним из основных лейтмотивов как федеральных, так и региональных программ социально-экономического развития. Например, в Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года в качестве одной из задач модернизации экономики названы стиму-

лирование спроса на инновации и результаты научных исследований, создание условий и предпосылок для формирования устойчивых научно-производственных кооперационных связей, инновационных сетей и кластеров.

Автор основополагающих работ по конкурентоспособности и кластерам Майкл Портер, профессор Гарвардской школы бизнеса, так определяет кластер: «Кластер, или промышленная группа, - это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [2]. Наиболее важной особенностью промышленного кластера является сочетание конкуренции и кооперации между участвующими фирмами. Тесные кооперационные связи между фирмами в кластере приводят к положительным синергетическим эффектам, поэтому успех одной фирмы в кластере неотделим от общего успеха кластера.

Примеры реализации кластерных инициатив за рубежом представлены в таблице 1.

Таблица 1

Примеры промышленных кластеров

Кластер	Страна	Отрасль
Силиконовая долина	США	Компьютеры
Детройт	США	Автомобилестроение
Голливуд	США	Индустрия развлечений
Сассуоло	Италия	Керамическая плитка
Штутгарт	Германия	Автомобилестроение
Бангалор	Индия	Программное обеспечение
Куми	Южная Корея	Производство электроники
Провинция Zhejiang	Китай	Производство мобильных телефонов

Кластерный подход позволяет выявить новые возможности повышения производительности труда в промышленности без снижения интенсивности (искажения) конкуренции. Для современной России этот аспект приобретает особое значение в силу отставания промышленности по уровню производительности труда (например, производительность труда в России по сравнению с США составляет 30%, а максимальный достигнутый уровень производительности труда в СССР был всего 29,4% от американского).

Кластеры, будучи межотраслевыми образованиями, усиливают взаимодополняемость отраслей благодаря более быстрому распространению специфических для данного региона технологий, профессиональных навыков, информации и маркетинга. Это, в свою очередь, означает ускорение инноваций, являющееся основой не только для повышения производительности труда, но и для обновления стратегических различий (преимуществ), поддержания динамической конкуренции.

Кластерный подход меняет принципы и механизмы государственной и региональной экономической политики, требуя перестройки аппарата управления, другого формата информации о состоянии дел в экономике в разрезе от-

дельных рынков и компаний. В то же время при формировании кластерных структур в российской практике не следует пренебрегать накопленным опытом, связанным с ТПК (территориально-производственные комплексы). ТПК формировались в плановой экономике при доминировании отраслевого принципа управления, что накладывало жесткие ограничения на деятельность этих комплексов. В свое время они создавались, исходя не столько из экономических соображений, сколько из интересов обеспечения государственной безопасности. В современных условиях ситуация коренным образом изменилась, но потенциал ТПК, в том числе все элементы инфраструктуры, доставшиеся России от советского времени, вполне можно использовать для организации кластеров на рыночной основе, например, создание авиакосмических кластеров в Москве и Самаре, судостроительного кластера в С.-Петербурге и др.

Важнейшей задачей на пути развертывания кластерных инициатив является создание действенной нормативно-правовой базы, без которой невозможно правильно проработать юридическую составляющую кластерных структур. У региональных властей отдельных субъектов единой матрицы построения таких структур на сегодняшний день нет. В отличие от европейской практики кластеризации, имеющей четкую систему организации и консолидации возможностей, производственных мощностей с целью повышения за счет инноваций конкурентоспособности отрасли и территории в целом, российские регионы выстраивают кластеры по своему усмотрению. В связи с этим было бы целесообразным вывести кластерные инструменты развития на системный уровень, выработать общую методологию формирования кластеров, а также механизмы государственной поддержки кластерных инициатив и кластерных организаций.

Другой проблемой является отсутствие в России в отличие от Европы комплексного государственного целевого выделения средств на развитие кластерной системы. Правительство РФ финансирует отдельные проекты, выделяя незначительные деньги на создание технопарков и внедрение инноваций, однако эти действия носят разрозненный характер. Средства зачастую находятся в разных фондах и министерствах, что создает большие сложности. У регионов в свою очередь денег на инновации также не хватает.

Еще одна сложность – это неразвитость среднего и малого бизнеса на территории РФ. В Европе львиная доля технологических прорывов и инноваций приходится на средние и малые предприятия. Кластер не может существовать без наличия разветвленных сетевых связей между большим количеством малых и средних предприятий. Несмотря на то, что кластерный подход в России получает все большее признание, кластеризации российской промышленности мешает низкий уровень развития малого предпринимательства в стране. Сегодня в РФ функционирует 1,1 млн. предприятий малого бизнеса, на которых трудятся 2,5 млн. человек. При этом 60% из них занято в торговле и сфере услуг, поскольку это гарантирует быстрое получение прибыли, в сфере инновационного бизнеса доля малых предприятий составляет 2-2,5%, в то время как, например, в США, - 50%.

Несмотря на активную деятельность региональных властей по формированию кластерных структур, лишь относительно небольшая часть проектов раз-

вития кластеров достигает стадии практической реализации. Каждый регион имеет различные административные, организационные, финансовые возможности для реализации кластерной политики. Успех этой политики во многом определяется профессионализмом региональных властей, участием научных подразделений, способных качественно проработать экономические и организационные основы кластера. В этом плане очень позитивен опыт формирования кластеров в Алтайском крае.

В настоящее время в Алтайском крае функционируют пять отраслевых кластеров: энергомашиностроения и энергоэффективных технологий, биофармацевтический, туристический, агропромышленный и топливно-энергетический, охватывая ключевые направления региональной экономической политики. Так, предпосылкой для создания кластера энергомашиностроения и энергоэффективных технологий стал целый комплекс предприятий, близких географически, выпускающих вполне конкурентную продукцию. К тому же Алтайский край энергодефицитен, а созданный кластер позволит решить эту проблему.

По целому ряду создания кластерных направлений Алтайский край является пионером. Так, созданный в Бийске в 2008 году биофармацевтический кластер – единственный в стране. Он включает три компонента: химико-фармацевтическое производство, биофармацевтическое производство и производство продуктов питания с заданными полезными свойствами. Кластер дает возможность активно развиваться нескольким десяткам предприятий, которые производят продукцию фармацевтической и парафармацевтической промышленности. Более мелкие предприятия в союзе с крупными получают возможность производить конкурентоспособную продукцию и продвигать ее под единым брендом «AltaiBio». Сегодня предприятиями кластера выпускается более 600 видов лекарственных средств, биологически активных добавок, субстанций лекарственных средств, около 100 видов оздоровительной продукции на основе пантов. Его участники обладают более 100 патентами, а некоторые из них являются единственными в России производителями фармацевтических субстанций. Ставится задача включения проектов предприятий биофармацевтического кластера в формируемый Министерством промышленности и торговли РФ «Регистр перспективных проектов в области медицинской и фармацевтической промышленности», а также в разрабатываемую федеральную целевую программу по развитию фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации до 2020 года.

Таким образом, анализ российской практики реализации кластерного подхода в решении задач инновационного развития позволяет сделать вывод о том, что Россия сегодня пытается использовать преимущества кластерного подхода в решении задач модернизации и инновационного развития страны, однако она находится в начале пути, переживая этап адаптации понятия «кластерная политика» к специфике российских условий функционирования государственной власти, науки, бизнеса и общества.

Библиографический список

1. The Cluster Initiative Greenbook: New Findings on the Process of Cluster-Based Economic Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ivorytower.se/greenbook/general.html>. – Загл. с экрана.
2. Портер, М. Конкуренция [Текст] / М. Портер. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006.

ББК 74.58

ФОРМИРОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПРИ ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА)

Ю.В. Казанцева

Рубцовский индустриальный институт

В современных условиях человеческие ресурсы и интеллектуальный потенциал в долгосрочной перспективе являются одним из главных факторов, определяющих успехи страны и регионов. Интеллектуальный потенциал формируется в первую очередь в образовательных учреждениях, поэтому необходимы изменения в системе образования, основной целью которых должно стать формирование молодых специалистов, способных самостоятельно добывать знания, расширять, обновлять и эффективно использовать их в практической деятельности.

Экономика, основанная на знаниях, предъявляет к образовательной системе ряд требований:

- главными характеристиками специалистов должны стать профессионализм и компетентность;
- образовательная система должна быстро и адекватно реагировать на происходящие в экономике технологические сдвиги;
- система образования должна быть органично интегрирована в экономику страны и региона и чутко улавливать происходящие в ней изменения и тенденции развития [5].

В условиях требований нового ФГОС преподавание иностранного языка в вузе должно перейти на принципиально новую ступень. Для достижения целей процесс обучения должен быть организован таким образом, чтобы обучающийся стал субъектом образовательного процесса. Именно поэтому современное обучение иностранному языку должно быть построено совершенно по-новому. В этой связи использование интерактивных методов в процессе преподавания несет неоспоримое преимущество.

Ориентация на новые цели образования – компетенции – требует не только изменения содержания изучаемых предметов, но и методов и форм организации образовательного процесса, активизацию деятельности обучающихся в ходе занятия, приближения изучаемых тем к реальной жизни и поисков путей решения возникающих проблем.

Ключевые компетенции представляют собой различные универсальные ментальные средства, инструменты (способы, методы, приемы) достижения че-

ловеком значимых для него целей (результатов). Они позволяют достигать результатов в неопределенных, проблемных ситуациях, самостоятельно и в сотрудничестве с другими решать проблемы, то есть справляться с ситуациями, для разрешения которых никогда нет полного комплекта наработанных средств [2].

В условиях развивающего обучения необходимо обеспечить максимальную активность самого студента в процессе формирования ключевых компетенций, так как последние формируются лишь в опыте собственной деятельности. В соответствии с этим многие исследователи связывают инновации в образовании с интерактивными методами обучения, под которыми понимаются «...все виды деятельности, которые требуют творческого подхода к материалу и обеспечивают условия для раскрытия каждого ученика» [3, с.144].

Преподаватель должен организовать обучение таким образом, чтобы обучающиеся были нацелены на самостоятельный поиск знаний, непрерывное желание находить и постигать новое. Как известно, современное образование это не просто обучение, а становление личности: со сформированными компетенциями, а не просто обученной, способной мыслить критически, давать свою оценку событиям, происходящим в мире. Помимо этого крайне важно умение студентов взаимодействовать не только с преподавателем, но и между собой во время учебных занятий. Благодаря совместной работе, процесс обучения превращается не просто в диалог между преподавателем и студентом, а в комплексную, системную работу, которая так необходима человеку, вступающему в жизнь в современном мире, который нуждается в конкурентоспособных людях, умеющих решать разносторонние задачи.

Именно в этой связи применение интерактивных методов является необходимым условием.

По мнению специалистов, интерактивные методы, которые используются в учебном процессе, должны отвечать следующим требованиям:

- активное, творческое, инициативное участие обучающихся в процессе получения знаний;
- формирование, накопление и развитие навыков в процессе групповых и индивидуальных занятий;
- максимальная приближенность результатов обучения к сфере практической деятельности;
- сотрудничество обучающихся и преподавателя в планировании и реализации всех этапов процесса обучения [1, 4].

На занятиях иностранного языка применяются такие интерактивные методы обучения, как деловые и ролевые игры, дискуссии, эвристические методы и другие.

Деловая игра – это имитационная игра, в которой воспроизводится конкретная языковая ситуация, приближенная к действительности. Например, экскурсия по городу (при изучении темы «Рубцовск»), знакомство с системой высшей школы в России и Германии (при изучении темы «Институт»), банковская система, система кредитования и т.д.

Дискуссия проводится для обсуждения спорного вопроса, обмена мнениями и идеями с целью раскрытия какого-либо вопроса. Например, дискуссии проводятся при обсуждении следующих тем: «Система образования в Германии и России: сильные и слабые стороны», «Моя будущая профессия: как одна из важнейших для общества».

Учебный проект – это педагогическая технология, позволяющая обучить учащихся целенаправленной деятельности по нахождению способа решения проблемы путем решения задач, вытекающих из этой проблемы при рассмотрении ее в определенной ситуации. Учебные проекты разрабатываются по следующим темам: «Знакомство с городами Германии», «Города России: знакомые и неизвестные».

В процессе применения интерактивных методов формируются такие компетенции, как умение, логически верно, аргументированно и ясно строить устную речь, владение одним из иностранных языков на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность.

Кроме того, практический опыт применения интерактивных методов при обучении иностранному языку свидетельствует об их эффективности в развитии интеллектуальных способностей, аналитического мышления обучающихся в процессе межличностной коммуникации. Их использование позволяет стать студенту активным участником педагогического процесса, сформировать и развить его познавательную активность, содействовать формированию активной и творческой личности, конкурентоспособного специалиста.

Библиографический список

1. Гейхман Л.К. Интерактивное обучение общению. Подход и модель / Л.К. Гейхман. Пермь: Изд-во Пермск. ун-та, 2002. – 260 с.
2. Иванов Д.А. На какие вызовы современного общества отвечает использование понятий ключевая компетенция и компетентностный подход в образовании? / Компетенции и компетентностный подход в современном образовании // Серия «Оценка качества образования» / Отв. ред. Л.Е. Курнешова М.: Моск. центр качества образования, 2008. С. 3-56.
3. Иоффе А.Н. Активная методика – залог успеха / Гражданское образование. Материал международного проекта. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2000. 382 с.
4. Куликова Л.Н. Интерактивные методы в образовании: личностно-созидающие смыслы [Текст]: сб. науч. ст. по материалам Международной науч.-практ. конф. / Л.Н. Куликова; сост. Н.Н. Быстрова, Г.И. Пигуль; под ред. Л.Н. Куликовой. Хабаровск: ХГПУ, 2002. – С. 3-24.
5. Филиппова И. Подготовка специалистов в вузе: инновационные технологии обучения // Проблемы теории и практики управления. – М., 2011. - № 6.

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

О.А.Кербель

Усть-Каменогорский филиал ЧУ «Информационные технологии»

В современных условиях глобализации мировой экономики, ужесточения конкурентной борьбы, необходимости решения проблем занятости трудоспособного населения предприятия малого и среднего бизнеса являются одним из определяющих факторов стабильного и поступательного экономического и социального развития развитых страны. В статье уделяется внимание вопросам поддержки малого и среднего бизнеса, инновационного развития в Казахстане.

Мировой опыт показывает, что если государство хочет развиваться динамично и устойчиво, то его социально-экономические программы должны обязательно включать меры по стимулированию малого и среднего бизнеса. Сегодня в развитых странах на долю МСБ приходится от 40 до 90% объема внутреннего валового продукта (ВВП). Вследствие чего вполне естественно, что правительства этих государств уделяют первостепенное внимание поддержке данного сектора [1].

В рамках темы необходимо отметить, что инновационные технологии всегда считались прерогативой крупного бизнеса, серьезные научные исследования под силу тем компаниям, которые могут позволить себе направлять значительную часть средств на внедрение инноваций.

В свою очередь, малые и средние инновационные фирмы в развитых странах являются технологическими лидерами в зарождающихся отраслях экономики, открывающие новые сегменты рынка, развивающие новые производства, повышающие наукоемкость и конкурентоспособность производства и тем самым способствующие формированию новых технологических укладов.

На сегодняшний день в научной литературе нет единого мнения о том, где инновационный процесс более эффективен: в крупных корпорациях или в малых инновационных предприятиях.

С учетом сложившихся современных условий развития экономики и наблюдаемой тенденции усиления зависимости благосостояния страны от инновационного потенциала возникает необходимость создания малых предприятий нового типа, соответствующих инновационной экономике, это могут быть малые инновационные предприятия.

В своем Послании Глава государства РК ставит задачу сократить административные барьеры и бюрократическую волокиту на пути развития малого и среднего бизнеса. Это должно придать импульс развитию инновационной экономики и предпринимательства как движущей силы развития страны.

Следовательно, основной целью государственной политики в современных условиях становится переход к инновационному развитию страны, а одним из главных механизмов реструктуризации экономики, ее модернизации и устойчивого подъема должна стать национальная инновационная система. Именно этот механизм создает необходимые условия и предпосылки для перехода эко-

номики к новому технологическому укладу, обеспечивающему инновационный тип экономического роста.

Для этого требуется пересмотреть инструменты финансовой поддержки инновационных компаний, облегчить им доступ к кредитным ресурсам, содействовать инвестиционным программам и сотрудничеству отечественных исследователей с иностранными научными институтами, ускорить развитие собственных НИИ.

Рассмотрим преимущества малых и средних предприятий в области нововведений:

- быстрая адаптация к изменяющимся внешним условиям хозяйственной деятельности;
- гибкость управления процессом производства, достигающаяся за счет минимизации формальных критериев оценки и упрощением различного рода процедур;
- гибкость внутренних коммуникаций;
- узкая специализация научных поисков и разработка небольшого круга творческих идей [3].

Впервые с 2010 года для повышения инновационной активности была запущена схема предоставления инновационных грантов по четырем направлениям: формирование ТЭО, проведение ОКР, приобретение инновационных технологий и патентование отечественных разработок за рубежом.

В 2014 году будут предоставляться 3 новых гранта на:

- коммерциализацию технологий,
- повышение производительности предприятий,
- реализацию целевых технологических программ.

В 2014 году планируется предоставить инновационные гранты на сумму порядка 2 млрд. тенге.

- планируется создание технологических бизнес-инкубаторов путем реорганизации существующих технопарков, которые фактически станут co-working центрами.
- международными центрами технологического сотрудничества будет продолжена работа по содействию в привлечении и внедрении передовых зарубежных технологий, реализации совместных проектов.
- в 2014 году планируется поддержать порядка 120 инновационных проектов на сумму 1,8 млрд. тенге [4].

Согласно данным Агентства РК по статистике, инновационное развитие в развитии малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан имеет основные тенденции:

- совершенствование технологии - 49%;
- расширение существующих видов продукции - 45%;
- создание нового вида продукции (услуг) - 39%;
- модернизация методов организации производства и управления - 24%;
- социальные инновации (социальная ответственность, рост престижа организаций) - 19%;

- создание новых сегментов новых рынков- 19%;
- создание новой технологии-16%;
- создание нового вида сырья и материалов-6% [5].

По развитию и применению инноваций в организациях малого и среднего бизнеса можно выделить, что Казахстан перенимает успешный опыт развитых стран, а также то, что совершенствование механизмов государственной поддержки малого и среднего бизнеса находится в постоянном центре внимания Главы государства и Правительства страны.

Так, развитие, поддержка и защита МСБ, а также инновационного развития очень хорошо отражены в ежегодных посланиях Главы государства РК народу Казахстана, Государственной программе форсированного индустриально-инновационного развития 2010-2014гг, Программе «Дорожная карта бизнеса 2020», «Концепции развития инновационной деятельности до 2020 года». К 2015 году должна полноценно функционировать Национальная инновационная система, а к 2020 году - она уже должна давать результаты в виде разработок, патентов и готовых технологий, внедряемых в стране.

Меры стимулирования инноваций были закреплены в Законе «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности», в 15 сопутствующих законах и 35 подзаконных актах.

На сегодняшний день в Республике Казахстан существует соответствующая инновационная инфраструктура. Функционируют 9 технопарков, 5 национальных центральных и 15 региональных лабораторий, созданы венчурные фонды, 3 конструкторских бюро [6].

Однако основными недостатками в этой области является изолированность инновационной политики от регионального развития. Попытки создания региональных технопарков как ядра инновационных систем на местах привели к минимальным результатам из-за неверной модели финансирования.

Расходы технопарков 4-кратно превысили доходы, из 240 проектов получили дальнейшее развитие только 5 %. Основная деятельность технопарков была сведена к аренде помещений, большинство из них стали дополнительным бременем для акиматов [5].

Можно сделать вывод, что местные инкубационные центры и организаторы индустриальных кластеров все еще находятся на ранних стадиях своего развития и нуждаются в большей поддержке. Эта поддержка могла бы улучшить появление малого и среднего бизнеса, ориентированного на науку и инновации. Местные технические высшие учебные заведения также не сумели возглавить работу технопарков и стать ядром местных инновационных систем.

Основные государственные программы и правила по развитию инноваций на сегодняшний день еще не приспособлены к реальным рискованным инновационным проектам. Местная культура предпринимательства находится в зародышевом состоянии, а венчурная среда для начинающих компаний и малого и среднего бизнеса не сформирована.

Однако есть и положительные стороны развития малого и среднего инновационного бизнеса в РК – это 20-кратное увеличение иностранных инвестиций в технологические инновации – с 2,1 до 40 млрд. тенге, доля

которых теперь составляет 20 %. Примерно на треть вырос объем выпускаемой инновационной продукции – с 142,1 до 235,9 млрд. тенге [7].

Новый импульс получил инновационный бизнес. Если в период с 2003 по 2009 год было поддержано около 180 инновационных проектов, то за 2010-2013 годы получили поддержку свыше 400 проектов.

Необходимо отметить запуск Программы «Производительность-2020», направленной на повышение конкурентоспособности промышленных предприятий в приоритетных секторах экономики путем увеличения производительности труда. В ее рамках Фонд «Даму» является оператором четырех инструментов поддержки: привлечения проектных и инжиниринговых организаций, предоставления гранта на приобретение технологии, привлечения высококвалифицированных зарубежных инженерно-технических работников, внедрения управленческих и производственных технологий. Программа «Производительность-2020» является дополняющей и завершающей в комплексе уже существующих программ: «Дорожная карта бизнеса», поддержки экспортеров, привлечения инвесторов, посткризисного восстановления (оздоровления) предприятий.

Для обеспечения качественного развития национальной инновационной экономики ведется постоянная работа над анализом и формированием предложений по совершенствованию законодательной базы с учетом текущей ситуации в стране и тенденциях развития инноваций в мире.

Особую роль в дальнейшем развитии инновационного бизнеса в Казахстане сыграет международная выставка ЕХРО 2017, которая пройдет в Астане. Для владельцев малого и среднего бизнеса проведение «ЕХРО-2017» в Астане может стать хорошей возможностью для ознакомления и последующего внедрения новых энергосберегающих технологий, для поиска инвесторов и идей дальнейшего развития бизнеса.

Таким образом, роль малого инновационного бизнеса определяется такими важными аспектами, как вклад в производство ВВП, влияние на структуру экономики, создание конкурентной среды, рост платежеспособного спроса, развитие научно-технического прогресса, а также решение социальных и политических проблем [8].

В связи с этим в 2013г. была утверждена Указом Президента Республики Казахстан «Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года», которая представляет собой принципы, фундаментальные основы и приоритеты инновационного развития страны до 2020 года.

Настоящая Концепция учитывает основополагающие нормы Конституции Республики Казахстан, Стратегии развития Казахстана «Казахстан – 2050», Стратегического плана развития республики Казахстан до 2020 года, законов Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» и «О науке».

Таким образом, успех инновационной политики невозможен вне контекста развития регионов, и поэтому они должны стать «точками инновационного роста».

Поэтому создание благоприятных условий для развития малого инноваци-

онного бизнеса, в соответствии с Концепцией в области развития науки и инноваций, предполагает в первую очередь дальнейшее развитие:

1. Способствование генерации инноваций для расширения потребления новейших материалов и технологий, увеличения удельного веса возобновляемых источников энергии в энергетическом балансе Казахстана.

2. Дальнейшее развитие ведущих инновационных кластеров, в том числе с использованием возможностей проведения международной выставки «EXPO-2017».

3. Определение оптимального сценария развития перспективных технологических направлений и последующее создание детального плана новой фазы индустриализации.

4. Обеспечение усиления региональных инновационных систем с учетом процессов региональной экономической интеграции и внутренней децентрализации управления.

5. Использование сырьевого потенциала страны для расширения сотрудничества с иностранными инвесторами и компаниями по привлечению новейших технологий и созданию высокотехнологических производств.

Библиографический список

1. Малый и средний бизнес. Двое с ложкой, не считая банкиров. Редакционный обзор // Международный деловой журнал KAZAKHSTAN №5/6, 2008 год.

2. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 7 января 2014 г. «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/page/page_215750_poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-nazarbaeva-narodu-kazakhstan-17-yanvarya-2014-g

3. Морозов, Ю.П. Инновационный менеджмент [Текст] / Ю.П. Морозов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 345 с.

4. Указ Президента Республики Казахстан от 4 июня 2013 года № 579 «Об утверждении Концепции инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года».

5. Официальный сайт Агентства РК по статистике [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.stat.kz/>

6. Отчет о тенденциях развития инноваций в мире и в Республике Казахстан // Центр аналитического сопровождения инновационных процессов АО «Национальный инновационный фонд». – 2011. – 200 с.

7. Стратегический план Министерства индустрии и новых технологий Республики Казахстан на 2014-2018 годы [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.mint.gov.kz/print.php?id=500&lang=kz>

8. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана 14 декабря 2012г. «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства.

РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩЕГО ЭКОНОМИСТА СРЕДСТВАМИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

А.Н. Корниенко

Рубцовский индустриальный институт

Реформа высшего профессионального образования находит свое отражение в требованиях Государственного образовательного стандарта нового поколения к результатам обучения, представляющих собой набор компетенций, овладение которыми позволит выпускнику решать различные проблемы в профессиональной и социальной жизни, а также стать конкурентоспособным на рынке труда.

А.В. Хуторской определяет компетенцию как «совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним» [5].

Общеизвестна классификация, согласно которой компетенции разделяются на общекультурные и профессиональные.

Профессиональная компетенция подразумевает под собой способность студентов выполнять виды заданий, связанных с их будущей профессиональной деятельностью в соответствии с квалификационными требованиями производственных должностей. Следует отметить, что вопрос о формировании профессиональных компетенций обычно рассматривается в рамках специальных дисциплин. Однако, если исходить из того, что сущность профессионально-ориентированного обучения иностранному языку состоит «в его интеграции со специальными дисциплинами с целью получения дополнительных профессиональных знаний и формирования профессионально значимых качеств личности» [3, с. 22], необходимо проанализировать возможности развития профессиональных компетенций в процессе указанного обучения. Проанализировав требования к результатам освоения основных образовательных программ ФГОС ВПО по направлению подготовки 080100 Экономика, мы отобрали те профессиональные компетенции, которые можно, по нашему мнению, формировать и развивать в процессе профессионально-ориентированного обучения иностранному языку:

- способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (ПК-4);
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-9);
- способность организовать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-11);
- способность использовать для решения аналитических, исследовательских и коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии (ПК-10, ПК-12);

- способность критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию (ПК-13);

- способность принять участие в совершенствовании и разработке учебно-методического обеспечения экономических дисциплин (ПК-15) [1].

В качестве основного средства развития указанных компетенций был избран метод проектов. Это интерактивный метод, в основу которого положены: «идея, составляющая суть понятия «проект», его прагматическая направленность на результат, который получается при решении той или иной практически или теоретически значимой проблемы» [4, с. 67]. Реализация данного подхода заключается в том, чтобы вызывать интерес учащихся к определенным проблемам и «через проектную деятельность, предусматривающую решение одной или целого ряда проблем, показать практическое применение полученных знаний» [4, с. 66] .

Предпочтение было отдано методу проектов потому, что он, по мнению ряда ученых, в том числе и Е.С. Полат, используется для:

- развития умений приобретать знания самостоятельно и пользоваться ими для решения новых задач;

- приобретения навыков работать в социальных группах, исполняя различные роли: лидера, исполнителя, посредника и др.;

- формирования способности пользоваться исследовательскими методами: собирать нужную информацию, факты и уметь анализировать их, выдвигая гипотезы, делая выводы и заключения [4, С. 70-71].

Кроме того, работа в рамках проекта требует активного применения современных технических средств и информационных технологий на разных этапах его реализации: в целях получения информации, при обработке полученных данных, для проведения презентации и др.

В связи с обозначенными возможностями метода проектов, в содержание обучения экономистов иностранному языку в Рубцовском индустриальном институте внесена программа профессионально-ориентированных проектов по выбору в качестве творческого компонента. Данная программа направлена на формирование профессиональных компетенций и отражает экономическую специфику будущей профессиональной деятельности экономиста. Этот вид проектов призван активизировать познавательные и профессиональные мотивы и интересы, формировать навыки коллективной работы, совершенствовать навыки общения и взаимодействия, а также ускорять процесс овладения экономическими понятиями. Студентам предлагается следующий список проектных заданий по выбору: «Labor market survey»; «A small business project»; «Exhibitions and fairs»; «Advertizing campaign»; «What bank to deposit your money with»; «Getting a loan»; «Choose a company to invest in»; «Plan a visit by a Chinese manufacture»; «Jobs in economics»; и др. [2].

Каждый проект имеет свой «паспорт», который включает в себя краткое описание, примерный план работы, список рекомендуемой литературы. Следует отметить, что темы проектов не являются статичными, а могут модифицироваться в зависимости от сложившихся на данный момент условий: интересов

учащихся, уровня их подготовленности, актуальных событий, количества времени, отведенного на выполнение работы, и т.п. Например, в одной из групп в качестве проблемы проекта была предложена тема «Labor market survey» (Исследование рынка труда). Данная тема является актуальной, так как большинство жителей трудоспособного возраста сталкиваются с проблемой трудоустройства. Но в результате обсуждения предложенной темы студентов больше заинтересовал один из ее аспектов, который был обозначен как: «The reasons of unemployment in Rubtsovsk» (Причины безработицы в Рубцовске). В качестве способа презентации проекта была выбрана конференция, поскольку такая форма презентации дает возможность выступить и изложить свою точку зрения на проблему большому количеству студентов.

В результате дискуссии о возможных путях решения проблемы была разработана программа конференции. Затем сформировалось три группы, которые работали по следующим направлениям:

1. Изучение сущности безработицы и выявление её последствий (Unemployment and its consequences);
2. Определение и анализ причин безработицы (Reasons of unemployment);
3. Определение возможных путей решения проблем безработицы (The ways of tackling unemployment).

Первая группа изучала и анализировала справочную экономическую литературу. Вторая группа работала с данными службы занятости. В задачу третьей группы входила обработка полученной информации и подготовка конференции. Координацию проекта осуществляли преподаватели экономики и английского языка.

На конференции каждая группа представила свой доклад с соответствующей демонстрацией подготовленных наглядных материалов в виде таблиц и диаграмм. Вся группа принимала активное участие в обсуждении темы доклада каждого участника с тем, чтобы общими усилиями предложить пути решения проблем, связанных с безработицей.

После обсуждения темы конференции приобрела очертания и потребовала решения новая проблема: что сами студенты могут сделать для того, чтобы не попасть в число безработных, поскольку после окончания вуза, согласно проведенному ими исследованию, они попадут в число наименее востребованных кандидатов. Коллективными усилиями ребята составили список рекомендаций, который поможет, по их мнению, обрести достойную работу молодым людям:

- To get a higher education (Получить высшее образование);
- To get a supplementary profession (Приобрести дополнительную профессию);
- To develop our professional abilities (Развивать профессиональные способности);
- To master new computer technologies (Изучать новые информационные технологии);

• To improve the knowledge of English and to learn another foreign language (Совершенствовать знания английского языка и овладеть еще одним иностранным языком);

• To find a part-time job (Устроиться на работу с неполным рабочим днем).

Так участники конференции увидели возможность практического применения полученных знаний в жизни города и в своей собственной жизни.

Проектный подход, таким образом, позволяет объединить языковой, социокультурный и профессиональный материал, произвести опору на различные предметы и приблизить процесс обучения к реальной жизни. Создание ценностной ориентации на профессиональную деятельность, использование иностранного языка в качестве средства познания и возможность проявления творческих способностей создают необходимые условия для формирования профессиональных компетенций в процессе изучения иностранного языка.

Библиографический список

1. ФГОС ВПО по направлению подготовки 080100 экономика (квалификация «бакалавр») [Электронный ресурс] / в ред. Приказа Минобрнауки РФ от 31.05.2011 N 1975. - Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvpo/7/6/1/8>. - Дата обращения: 10.03.2014.

2. Корниенко, А.Н. Целевой компонент модели профессионально-ориентированного обучения экономистов иностранному языку на основе метода проектов [Текст]: А.Н. Корниенко // Актуальные проблемы развития профессионального образования: Материалы всероссийской научной конференции с международным участием 12-13 декабря 2013г. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2013. – 188 с. С. 66-69.

3. Образцов, П. И., Иванова О. Ю. Профессионально-ориентированное обучение иностранному языку на неязыковых факультетах вузов [Текст]: Учебное пособие / Под ред. П.И. Образцова. – Орел: ОГУ, 2005. – 114 с.

4. Полат, Е. С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст]: Учеб. пособие для студ. пед. вузов и системы повыш. квалиф. пед. кадров / Е.С. Полат. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 272 с.

5. Хуторской, А. В. Ключевые компетенции и образовательные стандарты [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Эйдос». – 2002. – 23 апреля. – Режим доступа: <http://www.eidos.ru/journal/2002/0423.htm>. – Дата обращения: 11.02.2014.

УДК 336.71 (574)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Г.С. Кушуков

Государственный университет имени Шакарима, г. Семей

Поддержка и развитие частного предпринимательства в РК законодательно признаны приоритетами государственной экономической политики.

Предпринимательство в лице малого и среднего бизнеса должно иметь большое будущее в нашей стране. Из давно сложившейся мировой практики известно, что малое и среднее предпринимательство, способствуя насыщению рынка товарами и услугами, росту здоровой конкуренции, обладая значительным потенциалом в сфере трудоустройства, является одним из индикаторов успешного развития экономики.

Малые предприятия – это база экономики, в перспективе – самая устойчивая ее часть. Только с развитием малого бизнеса возможно построение стабильно функционирующей рыночной экономики.

Как показывает мировая и отечественная практика, основным, на базе которого предприятия (организации) различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, служит в первую очередь средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии (организации). В ряде научных работ под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц или предприятием, управляемым одним собственником. Как правило, наиболее общими критериями отнесения субъектов хозяйственной деятельности к субъектам малого предпринимательства называется численность персонала (занятых работников), размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода).

В целом в 2012 году, по данным Агентства РК по статистике, количество зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства составляло 1 373 414 единиц, из них предприятий малого предпринимательства – 220 549 (16%), индивидуальных предпринимателей – 954 506 (69,5%), крестьянских (фермерских) хозяйств – 198 359 (14,5%).

Количество активных субъектов МСБ в 2012 году составляло 843 126 единиц, их доля от общего количества зарегистрированных субъектов МСБ составляет 61,3%. Это говорит о том, что остальные 38,7% неактивны либо находятся на стадии банкротства.

По сравнению с аналогичным периодом предыдущего года количество активных субъектов МСБ увеличилось на 24,4%.

Формирование и развитие малого предпринимательства в регионах и в республике – достаточно сложный, многогранный и зачастую противоречивый процесс. Кроме чисто экономических аспектов проблемы, есть и множество других, существенно влияющих на формирование этого сектора экономики. Развитие малого бизнеса неизбежно затрагивает социальные и финансовые аспекты взаимоотношений субъектов предпринимательства. Финансовые аспекты немаловажны в развитии малого предпринимательства. К ним можно отнести: источники финансовых средств (кредиты под низкие проценты); налоги, сборы, пошлины, прибыль, доход фирмы; оплату труда, цены, тарифы. Среди факторов, препятствующих развитию бизнеса, выделяются следующие: один из главных факторов – рост издержек, второй фактор – снижение спроса на продукцию и услуги.

Для развития и роста предприятия нуждаются в финансовых средствах, дополнительных производственных затратах на продвижение новой продукции

на рынок. Основными источниками финансовых средств предприятий являются: собственные ресурсы, краткосрочные государственные кредиты, займы у предприятий-партнеров, использование инструментов фондового рынка, долгосрочные государственные кредиты. Но главный источник - краткосрочные банковские кредиты. В настоящее время существует целый спектр финансовых институтов, кредитных организаций, фондов поддержки предпринимательства, зарубежных учреждений и фондов, осуществляющих в Казахстане разнообразные программы финансирования малого бизнеса. Из этих институтов по объему оказания финансовых услуг малому бизнесу банки занимают ведущую позицию. Следует отметить, что в настоящее время преодолена тенденция негативного отношения к малому предпринимательству со стороны банков, которая наблюдалась раньше. В условиях сжатия денежной массы и дефицита ресурсов банки стараются расширить свою клиентскую базу, в том числе и за счет малого бизнеса.

Во-вторых, еще одной проблемой стали налоговые неплатежи, связанные с непоручением банками платежей в бюджет по поручениям клиентов. Непроведение банком налоговых платежей клиентов приводит к возникновению претензий со стороны налоговых органов, которые считают непоступление средств в бюджет виной конкретного предприятия независимо от того, способен ли банк осуществить платеж. Такая ситуация "пропажи" средств в банке, усугубленная требованиями налоговых инспекций о фактически вторичной уплате налогов с начислением штрафов, может подкосить даже стабильно работающий бизнес, не говоря о большинстве малых предприятий.

В-третьих, показатели прибыли свидетельствуют об уровне развития предприятия. Чем выше прибыль (доход) по сравнению с другими предприятиями тем данное предприятие рентабельнее.

В-четвертых, среднемесячная начисленная заработная плата является показателем фонда оплаты труда, т. е. насколько предприятие малого бизнеса может нести социальную ответственность перед работником. Данный аспект коррелируется с социальным аспектом,

В-пятых, индекс цен на производимую продукцию (услугу) должен быть средним и не создавать монопольного положения на рынке.

Ситуация сегодня такова, что предприниматели если и не отказываются работать в сфере малого предпринимательства, то обязательно уводят его большую часть в "теневой бизнес". Чтобы прекратить развитие этой тенденции, необходимо снизить налоговое бремя, упростить систему отчетности, оградить предпринимателей от произвола чиновников и расширить налогооблагаемую базу" путем содействия развитию малого бизнеса. То есть бюджет должен пополняться деньгами не за счет увеличения налогового бремени, а за счет создания большой сети малых предприятий, которые платят налоги.

Таким образом, процесс формирования негосударственного сектора экономики и сейчас, несмотря на разрабатываемые и принимаемые Правительством Республики Казахстан многочисленные государственные программы по динамичному развитию малого бизнеса, сталкивается с целым рядом трудностей, главные из которых:

- несовершенство созданной правовой базы;
- недостаточность государственной поддержки на практике, в частности финансовой помощи и реальной правовой защиты;
- налоговое бремя;
- криминализация;
- низкий образовательный уровень руководителей;
- слабость финансово-кредитной системы;
- отсутствие или недостаточность информационной и консультативной помощи.

Все это приводит к медленному развитию малого предпринимательства в стране, его неравномерности по отраслям и регионам, что, в свою очередь, крайне негативно сказывается на экономике Казахстана, благосостоянии населения.

Опыт зарубежных стран показывает, что государственная политика в отношении малого предпринимательства является важным самостоятельным системным направлением. Главная задача этой политики заключается в создании для малого бизнеса условий, которые предполагают стабильность экономической политики государства, развитие рыночной инфраструктуры, стимулирование предпринимательской инициативы. Исходя из зарубежного опыта, поддержка и развитие МБ (малого бизнеса) в Казахстане является приоритетной сферой государственной экономической политики.

В 1997 году в Казахстане была значительно активизирована деятельность правительства в совершенствовании законодательной базы субъектов малого бизнеса. Однако, несмотря на законодательную поддержку со стороны Президента и правительства, малый бизнес сталкивается с повсеместным нарушением законов. Зачастую законы носят декларативный характер, так как в них отсутствует детальный механизм исполнения заложенных мероприятий. Нормативно – правовые акты не реализовываются в полном объеме и не могут обеспечить реальной конкурентной среды в экономике. Неисполнение законов, их произвольное толкование, всяческое вмешательство в дела малых предприятий, приостановка их деятельности, проверки по разным поводам со стороны многочисленных инспектирующих органов и другие бюрократические барьеры задерживают развитие малого и среднего бизнеса. То есть МБ, не имея сильных внутренних резервов и объективно находясь на слабой позиции в системе отношений с государственными органами и местными властями, крупным бизнесом, нуждается в защите и опеке государства.

Одним из элементов государственной поддержки в сфере малого предпринимательства, для более глубоких сдвигов в структуре МБ, должна стать система адресной государственной поддержки, которая предусматривает стимулирование производственно - инновационной направленности, интеграцию предприятий в производственные сети более мощных экономических структур, особую роль в решении этой проблемы могли бы сыграть финансово-промышленные группы. В качестве организационных форм подключения могут выступать франчайзинг, лизинг, долгосрочные контракты на поставки комплектующих под определенные финансовые гарантии и т.д. По-

ложительным моментом такого варианта промышленной организации является появление гарантированных рынков сбыта для малого бизнеса.

Одно из магистральных направлений, по которому идет прямое государственное содействие, – это законодательное обеспечение деятельности предприятий.

Н. Назарбаев, выступая на форуме предпринимателей, поставил задачу: «Мы сейчас вполне способны поставить перед собой амбициозную, но вполне выполнимую задачу, чтобы именно малый и средний бизнес создавал в ближайшей перспективе львиную долю ВВП – 50-70%». Для достижения поставленной задачи целесообразно усиление государственной поддержки предпринимательства. Необходимо принятие специальных программ для малого бизнеса по стимулированию:

- создания новой продукции или развития производств, требующих технологических инноваций;
- разработок, в сфере высокотехнологичной продукции;
- экспертной деятельности.

Из вышеизложенного можно сделать вывод: фундамент развитой системы государственной поддержки предпринимательства должен включать следующее:

- оптимальная законодательная база, определяющая цели государственной политики и регулирующая весь комплекс вопросов поддержки предпринимательской деятельности;
- разработка и реализация системы государственных программ финансового, технологического, информационного, консультационного, кадрового содействия;
- сочетание прямых и косвенных мер поддержки малого предпринимательства;
- система специализированных институтов по поддержке малого бизнеса на уровне государства и на уровне крупных общенациональных организаций;
- гибкость системы приоритетов и разнообразие форм государственной поддержки при наличии сбалансированности и непротиворечивости мер;
- взаимодействие органов государственной власти различных уровней с союзами и объединениями, выражающими интересы предпринимателей;
- существенное улучшение системы учета и государственной статистики субъектов малого предпринимательства;
- проведение образовательной и пропагандистской кампании.

Продолжение курса реформ в Казахстане требует, чтобы развитие малого предпринимательства и частной инициативы стало общегосударственной доктриной проводимых социально-экономических преобразований, оснащенной четким механизмом реализации – со своим исполнительным органом, законодательной базой и ресурсным обеспечением.

Библиографический список

1. Есенжолова Ш. Экономические аспекты развития малого предпринимательства в условиях рынка // Саясат. 2003. № 7. С. 80-84.

2. Лесбеков Г.А. Анализ влияния последствий глобального кризиса на развитие субъектов малого бизнеса в республике Казахстан // Банки Казахстана. 2009. №2. С. 37-40.

3. Садыкова М.Ж. Эффективность развития малого предпринимательства // Саясат. 2008. №1. С. 54.

ББК 65

ПРОБЛЕМА СТАРЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ СТРУКТУРНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ЭКОНОМИКИ

Н.А. Ляпкина

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время, после присоединения Крыма и Севастополя к РФ (16.03.2014г.), США и Евросоюз ввели частичные санкции против России. И грозятся их ужесточить. В данной ситуации страшны не сами санкции по себе, а их проекция на реальный сектор экономики.

Сложившаяся ситуация показала, что РФ необходимо стать «сильной» не только в политической, но и в индустриальной сфере, чтобы минимизировать зависимость от ввозимого импорта. Нашей стране необходимо проводить «своеобразную индустриализацию» страны, развивать высокотехнологичные отрасли промышленности. Уже много раз и много слов сказано о том, что РФ – продавец «энергоносителей», что она неконкурентоспособна в реальном секторе экономики. Если сравнивать соотношение объема экспорта и импорта РФ по отдельным позициям поставляемой и покупаемой продукции (наибольший удельный вес среди экспорта важнейших товаров в январе – феврале 2014г. занимают топливно – энергетические товары – 72,9%; наибольшая доля импорта за аналогичный период приходится на оборудование, машины и транспортные средства – 46,2% [3]), то очевидны диспропорции в данном соотношении.

Таким образом, в сложившейся ситуации в мировом сообществе, РФ для того, чтобы повысить темпы роста ВВП, минимизировать последствия санкций со стороны США и Евросоюза и повысить уровень жизни населения страны, необходимы кардинальные структурные преобразования экономики, основанные на возрождении и укреплении конкурентных позиций реального сектора экономики.

Это в принципе возможно, в долгосрочной перспективе. Но при реализации данной идеи может возникнуть множество проблем.

Так как автор данной статьи придерживается той точки зрения, что человеческий фактор является основополагающим фактором производства, то более подробно остановимся на влиянии данного фактора на процесс возрождения реального сектора экономики.

Вспомним известный советский лозунг: «Кадры решают все!», проецируя его содержание на сегодняшнюю действительность, мы можем констатировать, что для возрождающейся, «новой» промышленности РФ как таковых кадров нет. Их отсутствие объясняется многими причинами: отсутствие практической подготовки в учебных заведениях различных уровней; непрестижность рабочих

профессий, не всегда достойный уровень заработной платы; отток квалифицированных кадров в 90-е годы 20 века, старение персонала и др.

Более подробно остановимся на вопросе старения персонала, его влиянии на конкурентоспособность персонала и, соответственно, на конкурентоспособность предприятия в целом. Так как именно от этих составляющих во многом будет зависеть успех структурных преобразований в российской экономике с целью повышения ее конкурентоспособности на мировом рынке и роста ВВП.

Как было сказано в работе [1], старение персонала - это превышение фактического среднего возраста анализируемой группы работников над его оптимальным значением. При этом под оптимальным понимается возраст, выявленный по результатам экспертных оценок, базирующийся на анализе влияния возраста работника на результативность его труда.

Значимость указанного параметра конкурентоспособности, в первую очередь, зависит от принадлежности к функциональной категории работников. Для рабочих данный параметр более значим, нежели для руководителей и специалистов. Особенно это актуально для промышленных предприятий. Это можно объяснить существенными различиями в уровне физических усилий по профессиям.

Учитывая, что возраст – имманентная характеристика конкурентоспособности персонала, то на данный параметр не может оказывать воздействие ни сам работник, ни руководство предприятия, в отличие о других составляющих данного понятия (квалификация, стаж работы, образование). Поэтому влияние может оказываться только на уровне конкурентоспособности персонала, где объектом воздействия выступает средний возраст работников всего предприятия либо по профессиям и категориям.

Также необходимо, на наш взгляд, разграничивать старение персонала по функциональным категориям, исходя из значения оптимального возраста для отдельно взятой категории.

Так, для руководителей средний оптимальный возраст равен 45 лет. Для специалистов данный показатель соответствует 40 годам. Средний оптимальный возраст рабочих находится на уровне 35 лет. Уточним, что градации как оптимального возрастного интервала, так и среднего оптимального возраста функциональных категорий работников нами были разработаны для предприятий базового эксперимента, каковыми являются машиностроительные предприятия. Для других групп предприятий и оптимальный возрастной интервал, и средний оптимальный возраст может изменяться с учетом особенностей производства на данных предприятиях [2].

Таким образом, как в теоретическом, так и практическом аспектах параметр конкурентоспособности персонала «возраст» оказывает значительное воздействие, причем, как правило, отрицательное по мере его увеличения. И как следствие, может наблюдаться снижение конкурентоспособности предприятия в целом, через результаты деятельности компании в целом и снижение статуса организации. Особенно важно учитывать данный аспект в период структурных преобразований экономики, так как «возрастные» работники менее мобильны, адаптивны, трансформируемы, взаимозаменяемы.

А в период изменений данные качества очень важны персоналу предприятия в целом, так как уменьшается приток идей, возрастает консерватизм при решении тех или иных вопросов и т.п., в результате процессы модернизации тормозятся, что в свою очередь отрицательно сказывается на экономике в целом [5]. Как показывают исследования, компании с высокой долей работников в возрасте старше 55 лет не склонны к широкому внедрению новых технологий, в отличие от фирм с высокой долей работников, не достигших 30 лет [4].

При этом нужно отметить, что наряду с проблемой абсолютного старения, т.е. увеличения среднего возраста работников предприятий реального сектора экономики инженерно-технических работников, важно отметить «кадровую пустоту», которая возникла по причине отсутствия преемственности кадров на промышленных предприятиях. Кроме того, можно говорить и о возрастном дисбалансе, когда руководители намного младше своих подчиненных.

Анализ кадровых проблем промышленных предприятий г. Рубцовска подтвердил повышенную значимость старения персонала. В ходе анализа было выявлено, что на большинстве предприятий в наибольшей мере проблема старения персонала наблюдается по категории «рабочие», в наименьшей степени в категории «руководители».

Данное соотношение в расстановке кадров чревато последствиями в управлении персоналом, как следствие – предприятием.

Таким образом, подтверждая значимость проблемы старения персонала и его отрицательное воздействие на конкурентоспособность персонала и, как следствие, конкурентоспособность предприятия в целом, мы признаем необходимость решения данной проблемы на правительственном уровне. Особенно актуальна данная проблема в период структурных преобразований экономики, так как возникает необходимость возрождения или повышения конкурентоспособности предприятий реального сектора экономики.

Библиографический список

1. Ляпкина Н.А. Обеспечение конкурентоспособности персонала в условиях его старения (на примере машиностроительных предприятий г. Рубцовска): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Алтайский государственный университет. – Барнаул, 2007. – 160 с.
2. Ляпкина Н.А., Миляева Л.Г. Обеспечение конкурентоспособности персонала в условиях его старения. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. Серия: Управление корпорацией, 2008. – 100 с.
3. О состоянии внешней торговли в январе-феврале 2014 года [Электронный ресурс] / http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/IssWWW.exe/Stg/d03/76.htm
4. Старение кадров – новая угроза для западной экономики [Электронный ресурс] / <http://oko-planet.su/finances/financesnews/202821-starenie-kadrov-novaya-ugroza-dlya-zapadnoy-ekonomiki.html>
5. «Старение» технических кадров» [Электронный ресурс] / <http://www.elite.kz/publications/10/03/01/%C2%ABstarenie%C2%BB-tekhnicheskikh-kadrov>

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ РАЗВИТИЯ
РОССИЙСКИХ ОБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ***М.М. Мусатова**Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН,
г. Новосибирск*

Угрозы затяжной стагнации в российской экономике с неизбежностью требуют поиска эффективных форм и методов институционального управления процессом модернизации хозяйствующих субъектов, которые могли бы обеспечить устойчивое развитие страны. На этом фоне в обрабатывающих производствах доминантными задачами становятся внедрение современного оборудования, расширение выпуска наукоемкой продукции и стимулирование развития производственной кооперации.

Как представляется, проблема инвестиционного маневра в пользу видов экономической деятельности, производящих продукцию и услуги с высокой степенью добавленной стоимости и повышающих конкурентоспособность российской экономики, требует смены модели экономического развития. Выход из стагнации возможен, если экономическая политика будет направлена на стимулирование предложения, а не спроса⁹. При этом одной из дискуссионных проблем является выявление приоритетов, последовательности действий, соотношения институциональных и технологических преобразований.

Ориентация на модель диверсификации экономики предъявляет новые требования к государственному регулированию, особенно в части промышленной, технологической и инновационной политики.

Государство может способствовать модернизации несколькими способами. Во-первых, повышать эффективность работы компаний с государственным участием, в том числе за счет реструктуризации и укрупнения. Во-вторых, через государственный заказ, предоставление финансовых гарантий и финансирование НИОКР поощрять развитие перспективных технологий и направлений. В-третьих, максимально стимулировать кооперацию отечественного бизнеса с признанными мировыми технологическими лидерами. Формы сотрудничества могут быть самыми разными – от создания совместных предприятий до вхождения в капитал иностранных компаний. Особое внимание целесообразно уделить инвестиционной поддержке современных высокотехнологичных производств, которые могут стать основой для построения конкурентоспособного производства.

Примерами подобной кооперации может быть совместное производство России и Канады региональных турбовинтовых самолетов самолетов Bombardier, совместное производство «КАМАЗ» и немецкий концерн Zahnrad Fabrik по выпуску коробок передач и др. Канадская компания Bombardier сов-

⁹ Материалы Гайдаровского форума - 2014: «Россия и мир: устойчивое развитие». Заседания, организованные сотрудниками Института Гайдара
<http://iep.ru/ru/novosti-sobytiya/gaidarovskii-forum-zasedaniya-organizovannye-sotrudnikami-instituta-gaidara.html>
(19.01.2014).

местно с госкорпорацией «Ростех» построит в Ульяновске завод по сборке самолетов Q400 в рамках особой экономической зоны¹⁰. Общий объем инвестиций в проект составит около \$100 млн, одна половина этой суммы будет потрачена на создание инфраструктуры, вторая – на оснащение предприятия и обучение персонала.

«КамАЗ» и Zahnrad Fabrik¹¹ вложили 90 млн евро в совместное предприятие (СП) «ЦФ КАМА», что позволило освоить выпуск наиболее удачного европейского варианта коробки передач для грузовых автомобилей, которая соответствует новейшим мировым стандартам. Открытие нового СП позволит остаться «КамАЗу» в числе лидеров грузового автомобилестроения. Повышение конкурентоспособности автомобилей, выпускаемых ОАО «КамАЗ», невозможно без трансфера современных технологий и сотрудничества с признанными мировыми производителями автокомпонентов. Дальнейшее развитие СП «ЦФ КАМА» гарантирует и российским потребителям современный и качественный продукт.

Сохраняющаяся неустойчивость глобальной экономической системы и неопределенность в отношении перспектив ее развития в сочетании с сокращением имеющихся у государства ресурсов, снижением рентабельности в обрабатывающих производствах и высокий уровень ставок по кредитам нефинансовым организациям затрудняют решение приоритетных задач развития промышленных секторов экономики.

В конце 2013 г. и начале 2014 г. ситуация в обрабатывающих производствах продолжала ухудшаться. В декабре индекс деловой активности PMI, рассчитываемый аналитиками банка HSBC по результатам опроса представителей обрабатывающей промышленности России, оказался на минимуме с кризисного 2009 г.: он составил всего 48,8 пункта [1]. Основная причина падения темпов роста обрабатывающих производств – сжатие как внешнего, так и внутреннего спроса. Объемы экспортных заказов на продукцию несырьевых отраслей продолжали снижаться. Сильное ухудшение в российских обрабатывающих секторах было вызвано отсутствием новых заказов. Закупочная активность российских предприятий также снизилась – темпы снижения стали самыми высокими с мая 2009 года. Наблюдалось самое сильное с августа 2009 года сокращение рабочих мест в обрабатывающих отраслях.

Сырьевой экспорт, который был одним из главных драйверов экономического роста, в настоящее время выполнять эту функцию не может. Рост сырьевого экспорта имеет свои естественные, как экономические, так и технологические, пределы, которых Россия, судя по всему, достигла. С исчерпанием преж-

¹⁰ Меморандум о намерениях строительства в Ульяновской области завода по производству региональных турбовинтовых самолетов канадской компании Bombardier совместно с госкорпорацией «Ростех» был подписан на международном авиасалоне МАКС-2013 в Жуковском. URL: <http://itar-tass.com/ekonomika/1028277>

¹¹ "КамАЗ" и Zahnrad Fabrik вложат в выпуск коробок передач 90 млн евро URL: <http://top.rbc.ru/economics/21/01/2014/900572.shtml>

них источников добычи нефти и газа неизбежен переход к все более труднодоступным месторождениям сырья. Он будет неизбежно сопровождаться ростом издержек на добычу, что поведет к снижению доходности компаний сырьевого сектора. Хотя фактор технического прогресса противодействует росту издержек, однако в среднесрочном периоде в лучшем случае возможно сохранение издержек на достигнутом уровне. В связи с этим в долгосрочной перспективе роль драйвера могут выполнять лишь производства, выпускающие продукцию конечного потребления, что в свою очередь возможно лишь при развитом секторе перерабатывающих производств. Возникает настоятельная необходимость наращивать объемы экспорта высокотехнологичной продукции, но при этом структура экспорта несырьевых товаров в посткризисных условиях нуждается в серьезной модернизации, в том числе из-за значительных изменений на сырьевых рынках. По расчетам Минэкономки, для устойчивого роста к 2018 г. России нужно увеличить долю несырьевого сектора на 40 процентных пунктов [2]. Наращивание несырьевого сектора с темпом роста 10 п.п. невозможно без масштабного государственного участия в форме доступа к долгосрочным и относительно дешевым финансовым ресурсам без страхового гарантийного сопровождения экспортных контрактов.

В этих условиях государство предлагает ряд новых мер по институциональному управлению процессом развития обрабатывающих производств и поддержки несырьевого экспорта. Важнейшими среди них являются следующие.

1. Стимулирование роста станкостроения на основе реализации программ по развитию промышленности и ОПК [2]. Технологическая модернизация обрабатывающих производств невозможна без замены и обновления активной основной фондов, парка станочного оборудования. Вместе с тем в последние годы потребности в новых станках удовлетворяются преимущественно за счет импорта в ущерб развитию отечественного станкостроения.

В рамках программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» федеральными властными структурами предусмотрен пакет мер, направленных на импортозамещение. Подпрограммой «Развитие отечественного станкостроения и инструментальной промышленности» только на первом этапе 2012-2013 гг. реализовано более 100 проектов по разработке новых видов технологического оборудования – прежде всего металлорежущих станков и кузнечно-прессовых машин. На втором этапе в 2014-2016 гг. предполагается запустить 12 инвестиционных проектов, частично финансируемых из федерального бюджета, и начать производство наиболее перспективных видов станков мирового уровня¹².

Существенную поддержку развитию станкостроению начинает оказывать «оборонное импортозамещение» – Постановление Правительства №56. Оно

¹² Суммарный бюджет подпрограммы составляет 26,5 млрд. руб.

налагает запрет на приобретение предприятиями за счет бюджетных средств импортных станков, если их аналоги производятся в РФ¹³. В результате становится возможным перераспределение в пользу российских станкостроителей спроса, генерируемого в рамках проектов технического перевооружения ряда обрабатывающих производств.

Дополнительные решения о восстановлении отечественного станкостроения предполагается реализовать в государственных корпорациях – Объединенной ракетно-космической корпорации (ОРКК), Объединенной авиастроительной корпорации (ОАК), Объединенной судостроительной корпорации (ОСК) и т.п. В этих интегрированных структурах будут создаваться центры закупки и сертификации станочного оборудования. Крупные оптовые закупки машинотехнической продукции будут осуществляться у отобранных экспертами стратегических партнеров с обязательным условием постепенного переноса производства отдельных видов высокотехнологичного оборудования в Россию. При этом импорт будет допускаться только в случае отсутствия производства аналогичных станков в России. Одновременно приняты решения по государственной поддержке центров подготовки отечественных специалистов, в том числе на базе «СТАНКИНа».

Реализация программ по развитию ОПК также будет стимулировать серьезным образом рост российского станкостроения. Главным стратегическим документом господдержки и технологической модернизации ОПК является ФЦП «Развитие оборонно-промышленного комплекса на 2011-2020 гг.». В 2012 г. техническое перевооружение охватило почти 500 предприятий, причем на 35 из них новые мощности уже введены в эксплуатацию.

2. С 2013 г. предусмотрен механизм опережающего финансирования отдельных мероприятий по модернизации и техперевооружению за счет привлечения кредитных средств и использования механизмов государственно-частного партнерства. Предусмотрены госгарантии и субсидии для компенсации части затрат на уплату процентов по коммерческим кредитам. В общей сложности по кредитной схеме будет выполнено почти 160 проектов [3].

3. Государство продолжает консолидировать ресурсы в высокотехнологичных секторах и создавать интегрированные структуры с целью получения синергетических эффектов и скорейшего освоения продукции 6 технологического уклада [4]. Так, в 2013-2014 гг. созданы:

¹³ Российским правительством вынесен запрет на доступ в страну ряда иностранных товаров для нужд обороны страны и безопасности государства. Исключение составляют случаи, когда «производство таких товаров отсутствует на территории России или не соответствует требованиям госзаказчиков». Постановление было разработано Министерством промышленности и торговли России с целью увеличения степени независимости российского оборонно-промышленного комплекса от иностранного оборудования, поддержки российских товаропроизводителей и защиты внутреннего рынка. В этот список попали: литейные машины для металлургического производства, станки для обработки материалов лазерными или другими световыми или фотонными лучами, токарные станки, а также измерительные и контрольные приборы, устройства и машины для измерения или контроля геометрических величин. При этом оборудование, аналоги которого не производятся в России, при ввозе в страну не будет облагаться налогом на добавленную стоимость. Постановление вступило в силу с 1 января 2014 года.

Объединенная ракетно-космическая корпорация (ОРКК)¹⁴. ОРКК получает активы десяти интегрированных структур, включающих 48 различных организаций и 14 компаний, что обеспечит консолидацию крупнейших разработчиков и производителей создаваемой ракетно-космической техники;

– центр арктического судостроения госкомпанией «Роснефть», в поселке Росляково в Мурманской области. Он будет осуществлять строительство как гражданских, так и оборонных судостроительных предприятий;

– государственный концерн автоматических систем управления (АСУ), связи и разведки¹⁵. С этой целью концерну корпорацией Ростехнологии было передано 100% акций открытых акционерных обществ «Концерн Автоматика» (Москва), «Концерн радиостроения «Вега»» (Москва), «Концерн «Созвездие»» (Воронеж) и «Системы управления» (Москва). Также Ростехнологии передали Центральный научно-исследовательский институт экономики, информатики и систем управления и Калининградский янтарный комбинат. Формирование этого концерна завершает реструктуризацию радиоэлектронной промышленности отечественного ОПК. Это позволяет государству сконцентрировать интеллектуальные и производственные ресурсы в области разработки, производства, гарантийного и сервисного обслуживания, модернизации, ремонта и утилизации средств и комплексов связи, шифровальной техники, автоматизированных систем управления, радиоэлектронной и радиолокационной разведки;

– консорциум по строительству добычных платформ для разработки арктического шельфа в рамках государственно-частного партнерства. В ноябре 2013г. «Роснефть», «Газпромбанк», ОАО «Совкомфлот» и корейская судостроительная компания Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering Co., Ltd подписали договор о сотрудничестве и создании комплекса судостроительных заводов на юге Приморского края [5].

4. Увеличение экспорта легковых автомобилей из России на основе роста мощности заводов, построенных в России глобальными автоконцернами. По данным компании КРМГ, экспорт превысит 1 млн шт., через 3-5 лет (сейчас экспорт новых легковых автомобилей из России в 7 раз меньше: в 2013 г. он составил около 142 600). Существующие и планируемые мощности по выпуску легковых автомобилей в стране – более 3 млн. ежегодно, при том что текущая емкость рынка меньше: в 2013 г., по данным «АСМ-холдинга», было продано 2,6 млн. Рост экспорта главным образом придется на страны СНГ: рынки этих стран развиваются, их емкость растет. Крупнейшим экспортером останется «АвтоВАЗ», а также такие компании, как Hyundai/Kia, VW, Renault/Nissan, GM [6].

5. Стимулирование и мотивированное наращивание экспорта космических услуг, поддержание высоких объемов экспорта вооружений.

¹⁴ 3 февраля Премьер-министр РФ Дмитрий Медведев подписал распоряжение Правительства по созданию ОРКК <http://itar-tass.com/politika/934328>

¹⁵ Официальный сайт Президента РФ <http://kremlin.ru> .

На мировом космическом рынке, на рынке космических услуг доля России 3 %. По мнению экспертов, это совершенно не соответствует возможностям и амбициям страны.

«Рособоронэкспорт» в 2013 году поставил заказчикам вооружений на рекордные \$13,2 млрд. В 2013 г. «Рособоронэкспорт» поставил заказчикам вооружений и военной техники на рекордную сумму \$13,2 млрд. В 2001-2013 гг. объем ежегодного экспорта вооружений увеличился в четыре раза. Только в 2013 г. «Рособоронэкспорт» получил и рассмотрел 1902 обращения инозаказчиков, подписал 1202 контракта. Вместе с тем годовой объем поставок на уровне \$13 млрд для компании является практически предельным. С учетом маркетинговых и организационных инноваций и возможностей военной промышленности, по оценкам аналитиков, при постепенном увеличении количества поставок, выручка вряд ли сможет превысить сумму \$15 млрд. Новые виды техники, которой интересуются потенциальные покупатели, должны поступить в первую очередь в российскую армию и только потом – на экспорт [7].

6. Усиление финансовой поддержки экспорта российских несырьевых товаров. Россия заметно уступает другим развивающимся странам по уровню поддержки своих экспортеров. Доля несырьевого экспорта (из России) – примерно 50 %, в среднем в мире – 80 %. При этом в странах БРИКС доля несырьевого экспорта больше, чем в России, почти вдвое [8].

Гарантийная поддержка по линии «Внешэкономбанка» (ВЭБ) в 2013 г. составила 120 млрд руб., что обеспечило экспорт российской промышленной продукции на сумму более 600 миллиардов рублей. В 2014 г. властные структуры планируют потратить на эти цели еще около 100 миллиардов. Чтобы изменить ситуацию, государство будет создавать условия для кредитования иностранных покупателей российских товаров, а также развивать и нефинансовые механизмы поддержки внешнеэкономической деятельности.

Со стороны ВЭБа малому бизнесу и молодым предпринимателям, производящим высокотехнологичную продукцию, начиная с 2014 г. будет оказываться массированная поддержка. В этой связи предлагается реформатировать деятельность российских торговых представительств за рубежом для более целенаправленного поиска партнеров. Эксперты Российского агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСАР) призвали поддержать создание новых экспортно-ориентированных предприятий и утвердить показатели эффективности поддержки экспорта. По оценке МЭР, потребность в дополнительных средствах составит 3-3,5 млрд долл. в период до 2018 г. [8].

На базе ЭКСАР и Росэксимбанка формируется новая структура – единый институт, который может «подставить» экспортным проектам «и страховое, и кредитное плечо». Создание такого института связано с дополнительной капитализацией Росэксимбанка, которая позволит к 2018 г. увеличить объемы кредитования до 18 млрд долл. [8].

Реализуемые проекты в сфере высокотехнологичных отраслей и услуг хотя и способствуют опережающему развитию соответствующих секторов экономики, но не способны быстро дать существенный вклад в рост ВВП в силу все еще

слабой развитости этих сфер и недостаточно высокой конкурентоспособности их продукции.

Перспективы структурной перестройки промышленности и ее диверсификации будут определяться возможностью эффективного и комплексного решения следующих задач:

- обеспечения поступательного развития энергетического комплекса, перехода к новым технологиям добычи и переработки топлива, развития альтернативной энергетики, в том числе на основе возобновляемых источников, увеличения спроса со стороны нефтегазового комплекса на отечественные машины и оборудование;

- ускорения роста высоко- и среднетехнологичных производств, выхода на внешние и внутренние рынки с новой конкурентоспособной продукцией, прежде всего в ведущих машиностроительных производствах (в том числе аппаратные и программные комплексы для систем искусственного интеллекта), производстве новых материалов и изотопов, а также в секторе нано- и биотехнологий, что будет способствовать становлению нового технологического уклада в промышленности, участию российских компаний в глобальных производственных цепочках и формированию мощного экспорта товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью;

- модернизации сырьевых производств, увеличения глубины переработки сырья, снижения энергоемкости производства, повышения экологичности производства, увеличения объемов экспорта при опережающих поставках на внутренний рынок.

В долгосрочном периоде изменения в структуре промышленного производства произойдут за счет сокращения доли топливно-энергетического комплекса и увеличения доли машиностроения, химического комплекса и производства строительных материалов и химического комплекса.

Библиографический список

1. Мереминская Е. Ситуация в обрабатывающих производствах продолжает ухудшаться [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL:

http://www.gazeta.ru/gazeta/authors/ekaterina_mereminskaya.shtml
(27.12.2013)

2. Улюкаев А. России необходимо к 2018г. увеличить долю несырьевого сектора на 40 п.п. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://quote.rbc.ru/news/fond/2014/02/20/34119945.html> (04.03.2014)

3. Мантуров Д. Основной драйвер роста станкостроения – реализация программ по развитию ОПК [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: http://www.sovetnikprezidenta.ru/115/10_kb.html

4. Мусатова М.М. Модели взаимодействия государства и корпораций на рынке слияний и поглощений // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 2. – С. 19-27.

5. «Роснефть» построит в Мурманской области центр судостроения [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://top.rbc.ru/economics/08/02/2014/904102.shtml>

6. «Ведомости»: в ближайшие годы экспорт автомобилей из России вырастет в 7 раз до 1 млн в год [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.finmarket.ru/economics/article/3626795> (11.02.2014)

7. Шарифулин В. «Рособоронэкспорт» в 2013 году поставил заказчикам вооружений на рекордные \$13,2 млрд. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://itar-tass.com/ekonomika/916074> (27.02. 2014)

8. Минэкономразвития предлагает создать единый институт поддержки экспорта на базе ЭКСАР и Росэксимбанка [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.finmarket.ru/economics/article/3635186> (02.02 2014)

ББК К 65.24

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ НА КАЗАХСТАНСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

Д.Е. Окасов

ВКГТУ им. Д.Серикбаева, г. Усть-Каменогорск

В статье рассматриваются проблемы занятости молодежи в Казахстане. На основании материалов агентства государственной статистики проведен анализ состояния безработной молодежи по возрасту. Также уделяется внимание вопросам современного государственного регулирования рынка труда в Казахстане.

В существующих социально-экономических условиях одним из приоритетных направлений реализации государственной молодежной политики является занятость молодежи. На сегодняшний день молодежь Казахстана представляет собой большую социальную группу населения, которая является одним из основных факторов, определяющим перспективы развития казахстанского общества.

Мировой экономический кризис привел к негативным последствиям в экономике, к возникновению проблем, среди которых особое место занимают проблемы формирования, использования и развития человеческих ресурсов в условиях становления рынка труда.

Необходимость анализа положения молодежи на казахстанском рынке труда обуславливается двумя важнейшими обстоятельствами. Во-первых, молодые люди составляют около 35% трудоспособного населения Казахстана, во-вторых, что самое главное, они – будущее страны, и от стартовых условий их деятельности зависит последующее развитие. Молодежь уже сегодня во многом определяет политические, экономические и социальные структуры общества. Вместе с тем она во всем мире является одной из особо незащищенных групп на рынке труда.

Вступление молодежи в рынок труда сопровождается значительными трудностями и противоречиями, вызванными главным образом тем, что при выборе профессии молодежь ориентируется в основном не на её востребованность на рынке труда, а на популярность и престижность в обществе. В этой связи, после окончания учебного заведения большинство молодежи не трудоустроивается по полученной специальности или не трудоустроивается вообще,

что приводит к росту уровня молодёжной безработицы. В итоге средства, вложенные в получение образования этой части молодёжи, не всегда оправдываются.

В сфере образования молодежи состояние дел также неоднозначно. Бесспорным достижением является рвение молодежи к знаниям, учебе в университетах и колледжах. В то же время существует неувязка трудоустройства выпускников, получивших профессиональное образование. В итоге многие из них вынуждены работать не по специальности.

Поддержка и развитие конкурентоспособности молодежи является очень актуальным и стратегическим приоритетом государственной политики Республики Казахстан. Конкурентоспособная казахстанская молодежь – залог успешного вхождения нашей страны в число 30 развитых стран мира. В своих ежегодных посланиях народу Казахстана Президент страны всегда уделяет основное внимание построению и развитию социальноориентированного государства. Основным фактором развития социальноориентированного государства является формирование и развитие отечественной конкурентоспособной молодежи. Наличие такой молодежи – залог процветания нации, залог развитого гражданского общества, а значит, и базовых институтов демократии нашей страны. основополагающим фактором формирования конкурентоспособной молодежи является ее высокая квалифицированность и востребованность в условиях рыночной экономики. Такая молодежь формирует активное гражданское общество, составляет средний класс – основу любого государства. Наличие в стране активной конкурентоспособной молодежи есть гарант эффективного функционирования гражданского общества, стабильного развития среднего класса. Что является фундаментом страны для дальнейшего процветания и укреплении казахстанских позиций в международном сообществе. Как известно, принята Концепция поддержки и развития конкурентоспособности молодежи на 2008-2015 гг.

Н. Назарбаев отмечает, что молодые люди должны понять, что иметь рабочую специальность – это престижно, стабильно и высокооплачиваемо. Выбрав рабочую специальность, они будут востребованы на рынке труда, и, как показывает практика, их уровень заработной платы зачастую выше, чем у тех, кто имеет высшее образование.

Глава государства акцентирует внимание на то, что только развитая система профессионально-технического образования способна решать многие проблемы, в том числе и вопрос адаптации молодежи на рынке труда.

Что мы понимаем под понятием конкурентоспособная молодежь? Это квалифицированный, востребованный в современных рыночных условиях, мобильный и легкообучаемый молодой специалист с хорошим уровнем английского. Таковы основные требования, предъявляемые к будущему конкурентоспособному специалисту, а ныне молодому выпускнику вуза, уже не студенту, но пока и не специалисту. Работодатель не спешит принимать молодого выпускника со студенческой скамьи по той простой причине, что у дипломированного специалиста нет соответствующего опыта работы.

Во-первых, молодые люди, поступая в вуз на определенную специальность, ориентировались на текущую конъюнктуру на рынке труда. По окончании обнаруживается, что востребованы совершенно другие специальности. В таком случае практически неизбежно состояние фрустрации, когда молодой специалист понимает, что ему некуда приложить полученные знания.

Во-вторых, несмотря на преимущественную тенденцию увеличения количества грантов на технические специальности, специальности в сфере информационных технологий, а также био- и нанотехнологии, профессорско-преподавательский состав университетов практически не меняется, а потому передаваемые студентам знания сохраняют преемственность, не ориентируясь на текущие потребности рынка работодателей.

Часто теоретические знания дипломированного выпускника вуза не совсем соответствуют требованиям работодателя, не говоря уже о практических навыках и умениях. Таким образом, приобретаемая студентом квалификация в вузе не отвечает требованиям реального времени. Практика показывает, что большая часть дипломированных выпускников вузов либо вынуждена работать не по специальности, что и происходит в настоящее время, либо переучивается и получает более востребованную специальность. Студентам, чьи специальности актуальны на момент окончания вуза в силу меняющейся конъюнктуры, эту проблему еще можно как-то решить. А как быть выпускникам вузов, выходцам из сельских регионов? Ведь основной состав студенческой молодежи составляют студенты, выходцы из сельской местности нашей страны. Таким дипломированным специалистам трудно найти свою нишу на городском рынке труда в силу дороговизны жизни в таких городах и отсутствия социальных льгот для категории «молодой специалист». Найти временную работу или работу не по специальности удастся еще в крупных городах-мегаполисах: Алматы, Астана, Атырау. Такое трудоустройство выпускника вуза едва ли обеспечивает аренду жилья и питание, не говоря о затратах на получение второго образования. А в городах областного значения найти даже временную работу составляет большую трудность. Такая система обучения таит в себе несколько рисков:

1) Студенты, обучающиеся на заочной форме обучения, как правило, работают, и причем не по уже полученной специальности, а там, где больше платят. Таким образом, источник денежных доходов, а это в основном временная работа, может быть вовсе не связан с полученными навыками и умениями в стенах вуза.

2) В настоящее время обзаводиться несколькими дипломами стало модно, но не потому, что абсолютно все навыки могут пригодиться, а потому, что хотя бы одна специальность поможет занять определенную нишу на городском рынке труда.

3) Даже для выпускников вузов, обучавшихся по государственному образовательному гранту в нашей стране, не предусмотрена система трудоустройства.

На сегодняшний день 620 442 студентов обучаются в 149 казахстанских вузах, из них 186 тысяч в Алматы, в ВКО – 48 381 студента, большинство получает знания на платной основе, 34840 мест составляет госзаказ, который пре-

вышел по сравнению с 2009/2010 учебным годом на 1350 мест. Никаких стимулирующих мер по освоению получаемой специальности после завершения учебы со стороны государства к таким учащимся не предусмотрено. Таким образом, денежные средства, выделенные на гранты для обучения в высших учебных заведениях страны, не оправдывают своего назначения и оказываются потраченными впустую.

Из всего вышеназванного следует, что отсутствие налаженного механизма между потенциальным работником и потенциальным работодателем еще в стенах вуза наносит колоссальный ущерб национальным интересам нашей страны. Среди выпускников вузов, обучавшихся на коммерческой основе, распространена тенденция получения так называемого «диплома ради корочки». Таким студентам заранее уготовано место работы, а главным фактором трудоустройства являются родственные связи. Таким образом, у студентов отсутствует заинтересованность в получении необходимых знаний и навыков, а отсюда вытекает низкий уровень подготовки дипломированных специалистов, которые в скором будущем вряд ли смогут стать конкурентоспособными.

В вопросах занятости одним из важных моментов является поиск работы. Оказалось, что эффективных методов поиска работы у молодых сегодня не так много. В числе наиболее предпочитаемых оказались два: через знакомых и по объявлениям. Поиск работы через своих знакомых и родственников предпочли сегодня 33,4% молодых специалистов.

Таким образом, исследования показывают, что определенных изменений требует и система предложения поиска работы. Ярмарки вакансий (во всяком случае, в том виде, в котором они проводятся сейчас) себя не оправдывают. Молодежь старается действовать через знакомых и родственников. Требуется усиление работы биржи труда, и организации по трудоустройству. Учитывая востребованность газетных объявлений о вакансиях, возможно издание городской газеты или создание сайта, связанных с биржей труда и организациями по трудоустройству. Завершением комплексного подхода была бы организация переподготовки специалистов по заявкам работодателей, бирж труда и организаций по трудоустройству. В связи с экономическим кризисом следует полагать, что на сегодня работу через знакомых и родственников ищут гораздо больше, нежели 33,4 %.

Своеобразной попыткой решения данной проблемы была акция «С дипломом в село». По данным Министерства сельского хозяйства, в 2010 году 6 582 специалиста социальной сферы направились работать в сельскую местность, в том числе 78% – учителя, а остальные – работники здравоохранения, социального обеспечения, культуры и спорта. Выпускники вузов жалуются, что государство выделяет им слишком мало денег. Напомним, сумма так называемых «подъемных» – 90 тысяч тенге.

В прошлом году деньги от государства получили 714 молодых специалистов. Однако ехать по отдаленным аулам за такие деньги выпускники вузов не спешат, большинство предпочитают искать работу в городах, порой не по специальности. Чаще всего от работы в аулах выпускники отказываются из-за отсутствия жилья, аренда которого порой достигает городских расценок. Не спа-

сает выпускников и кредит в 900 тысяч тенге, который им дают на 15 лет. Чтобы купить дом, оформить документы и обустроить хозяйство, нужна гораздо большая сумма. Данная акция внесла свою лепту в трудоустройство 6582 молодых специалистов, но это всего лишь чуть больше чем 1 % из всего контингента 620 000.

Таким образом, наибольшая часть молодежи в настоящее время трудится в низкоквалифицированном секторе экономики, соответственно с низкой оплатой труда. Данный факт подтверждает и структура занятости по видам работ: в 2008 году в структуре занятой молодежи по видам занятий 23% составили неквалифицированные рабочие и еще 26% квалифицированные работники сельского хозяйства и рыболовства.

Для сельской молодежи проблемы занятости стоят острее, чем для городской молодежи. Значительная доля занятости в сельской местности обеспечивается самозанятостью молодежи. По данным 2008 года, 60% молодежи на селе (в 2005 году -65,6%) считались самозанятыми, и только 22% городской молодежи имели тот же статус (в 2005 году 34%). Однако статистика не отражает реальной ситуации на селе по занятости и безработице. Поскольку в показателе занятости идет учет самостоятельно занятого населения, включая то, которое имеет личное подсобное хозяйство. До сих пор на селе для молодежи мало возможностей получить подходящую работу. Основным работодателем, и прежде всего с точки зрения предоставления стабильных заработков на селе, является государство.

Тесно связаны с проблемами обеспечения достойного уровня жизни и трудоустройства – вопросы безработицы среди молодежи. По данным Агентства по статистике Республики Казахстан, в общем числе безработных доля молодежи (в возрасте 15-24 лет) составляет 17,3%, или 96,6 тыс. человек. Уровень молодежной безработицы в период с 2001 по 2008 годы снижался с 19,1 до 7,4% и практически сравнялся с уровнем общей безработицы. Причем в 2008 году в городской местности уровень молодежной безработицы наблюдается выше (9%), чем в сельской местности (6,3%). В случае сельской молодежи категория самозанятых скрывает на сегодняшний день значительную часть молодых людей, испытывающих проблемы с трудоустройством. Решение этой задачи требует разработки и реализации комплекса государственных мер по содействию занятости и трудоустройству сельской молодежи.

По образованию основная группа безработной молодежи Казахстана в возрасте 15-24 лет представлена молодыми людьми со средним образованием. Следует заметить, что по уровню образования безработная молодежь 15-19 лет на рынке труда представлена молодыми людьми со средним общим образованием (55,8% в 2008 году), основным образованием (21,6% в 2008 году). Тогда как по возрастной группе 20-24 года средним общим образованием (36,5% в 2008 году), средним профессиональным (19,3%), высшим или незаконченным высшим (14,2% и 16,9% соответственно). В целом уровень образования безработной молодежи 20-24 лет выше, чем в возрастной группе 15-19 лет. Именно в этой группе 15-19 лет до 78% молодежи не имеет профессионального образования и является низкоквалифицированной.

Специалисты, которые еще в студенческие годы начинают работать по профессии, добиваются больших успехов, чем те, кто начинает искать работу после получения диплома. Это связано с тем, что студенты с опытом успели развить свои профессиональные навыки и уже понимают структуру работы в компаниях. Для них начальная ступень профессионального развития была преодолена в тот период времени, когда они еще не закончили вуз, и поэтому после выхода из стен образовательного учреждения им доступнее найти высокооплачиваемую работу.

Трудоустройство молодого специалиста – это достаточно сложная, но вполне решаемая задача, так как все зависит именно от самого человека: от его желаний и потребностей.

Всего в 2011 году благодаря проекту создания социальных рабочих мест трудоустроено 657 человек, в том числе 70% – молодежь. Данный проект предусматривает временное трудоустройство не более, чем на шесть месяцев, однако молодым, добросовестно выполняющим свои обязанности, предлагают работать на предприятиях и дальше, но уже на общих основаниях.

Органы службы занятости населения продолжили обучение и переобучение безработной молодежи профессиям, пользующимся устойчивым спросом на рынке труда (дорожная карта). Специализированный характер ярмарок вакансий значительно повышает их эффективность. Именно поэтому эта форма активно развивается.

В Казахстане нужно создать все необходимые условия для получения казахстанской молодежью более качественного профессионально-технического образования и через это более адекватной их адаптации на рынке труда.

И в заключение хотим предложить следующее: для дальнейшего развития сферы занятости молодежи необходимо:

- проводить специальные исследования по изучению рынка труда;
- развивать связи между базовыми учебными заведениями и предприятиями;
- развивать систему социальных служб, способствующих обеспечению занятости молодежи (молодежных бирж труда, ярмарок и др.)

Библиографический список

1. Абуева Г.А. Государственное регулирование занятости населения // Транзитная экономика. – 2011. – № 3. – С. 110-115.
2. Алимбаева С. К. Особенности формирования молодежного рынка труда на современном этапе (на материалах Казахстана): Автореферат: 22.00.04 / Алимбаева, Сауле Курмантаевна. – Алматы: Б.и., 2011. – 28 с.
3. Анисимова А.О., Кибякова Я.С., Самсонов Л.В. Молодежь на рынке труда: Вестник КАСУ. 2007. №3.
4. Бреева Е.Б. Профессиональная ориентация молодежи: особенности, необходимость проведения // Современ. и гуманитарн. исследования. – 2010. – № 1. – С. 184-185.

5. Зайниева, Лилия Юсуповна. Государственная молодежная политика: Казахстан в контексте мирового опыта / Зайниева, Лилия Юсуповна. – Алматы: Дайк-Пресс, 2010. – 296 с.

6. Калибеков Д. Современные проблемы молодежи// Вопросы экономики. 2000. №8.

7. Менкебаева М. Роль и место молодежи в социально-экономической и общественно-политической жизни казахстанского общества / М. Менкебаева // Аналит. обозрение. – 2010. – № 4. – С. 135-138.

8. Информация о работе городского отдела занятости и социальных программ с молодежью, предоставленная работниками отдела: Бердыгожинов Касымбек Оралбаевич, Полоторанина Вера Федосиевна.

9. Материал для газеты «Вечерний Усть-Каменогорск», предоставленный заместителем заведующего А. Зайеловым, исполнитель Коконева Л.Д. 28 марта 2007 г. Областная информационно – познавательная газета «Молодежный клуб», №4 (77) апрель 2007 г.

10. «Отдел внутренней политики города Усть-Каменогорска». Городская программа «Молодежь и молодежная политика в городе Усть-Каменогорске на 2006 – 2007 годы».

11. www.akimvko.gov.kz. [Электронный ресурс] Тезисы отчета Акима Восточно-Казахстанской области Ж. Карибжанова на встрече с населением области 9 февраля 2007года.

12. <http://www.dvprko.kz> - Сайт департамента внутренней политики.

ББК (УДК) 338.439.4

УДК: 336.71 664 (574)

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ КАЗАХСТАНА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

С.Т. Омарбаева, Е.Б. Абеуханова, С.К. Жумашбекова

Государственный университет имени Шакарима, город Семей

Важным приоритетом Казахстана, озвученным в Послании президента Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050» — новый политический курс состоявшегося государства», является достижение лидирующих позиций на мировом продовольственном рынке и наращивание сельскохозяйственного производства. Развитие пищевой промышленности Казахстана в настоящее время особо актуально в изменившихся условиях внешней среды – со вступлением в Таможенный союз и планируемым вхождением в ВТО, а также в связи с изменениями внутренней среды — в условиях роста населения страны, интенсивного прироста потребления продуктов питания и изменения структуры потребления в сторону более качественных и разнообразных продуктов.

В настоящее время в отрасли функционируют около 4000 предприятий. Из них преобладают мелкие и средние, доля крупных составляет около 10-15%. За последние годы отрасль пережила периоды падения объемов производства, вплоть до практической остановки целых подотраслей. Сырьевой фактор для

мясомолочной, масложировой, плодоовощной, сахарной подотраслей стал главной причиной обвального падения производства в середине 1990 годов.

Отечественная пищевая промышленность не может насытить внутренний рынок по широкому ассортименту товаров. Казахстан испытывает зависимость от импорта картофеля, растительного масла, сахара, мяса и мясопродуктов, молока и молочных продуктов. Так, из отечественного сырья вырабатывается лишь около 6% от общего производства белого сахара, остальное – из импортируемого сахара-сырца. Отметим, что мощности предприятий при этом загружены на 60%.

Преобладает отечественная продукция лишь на рынке хлеба и хлебобулочных изделий. И это понятно. Существующие мощности мукомольных предприятий республики почти в 3 раза превышают внутреннюю потребность страны в муке и стабильно обеспечивают её экспорт. Вместе с тем на внутреннем рынке крайне низок ассортимент отечественных зернопродуктов высокой степени готовности, а также продуктов переработки зерна, используемых в кондитерской промышленности, хлебопечении. Импорт солода, крахмала, инулина, клейковины возрос за последние 5 лет в четыре раза.

В условиях либерализации торгового режима в соответствии с требованиями ВТО перед пищевой промышленностью Казахстана стоят несколько задач. Во-первых, максимально обеспечить внутренние потребности страны в продовольственных товарах. Во-вторых, учитывая имеющийся значительный потенциал сельского хозяйства по производству сырья, выйти на рынки стран ближнего и дальнего зарубежья. Экспортная направленность пищевой промышленности стала главным моментом в определении перспектив ее дальнейшего развития. Рост отраслей переработки за счет увеличения объемов экспорта обеспечит и качественный рост сельского хозяйства.

Повышение конкурентоспособности пищевой промышленности возможно в условиях устойчиво развивающейся экономики при стабильной социально-политической обстановке. Факторы конкурентоспособности пищевой промышленности разнообразны, на конкурентоспособность пищевой промышленности в первую очередь влияют потребительский фактор и трудовые ресурсы.

На сегодняшний день ситуация выправляется и конкурентоспособность пищевой промышленности сохраняет устойчивый рост.

Пищевую и перерабатывающую отрасль Восточно-Казахстанской области представляют 879 предприятий, где преобладают мелкие и средние предприятия, к числу крупных относятся 30 производств. Объем производства пищевых продуктов в целом по области, включая напитки, достигает 50,6 млрд. тенге, индекс физического объема составил 102%.

В настоящее время развитие предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности осуществляется за счет привлечения инвестиций. Перерабатываемыми предприятиями области освоено около 2,0 млрд. тенге инвестиций, в том числе из средств областного бюджета 260,0 млн. тенге, банков второго

уровня 1335,0 млн. тенге и из регионального фонда предпринимательства «Даму-Регионы» – 455,0 млн. тенге.

Развитие отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности осуществляется по следующим основным направлениям:

1. развитие перерабатывающих производств в упраздненных районных центрах.
2. внедрение в производство инновационных технологий.
3. формирование кластерного подхода при производстве и переработке сельхозпродукции.

В упраздненных районных центрах за счет средств областного бюджета предусмотрено открыть 4 убойных цеха для промышленного забоя скота: в селе Катон-Карагай Катон-Карагайского района, в селе Теректы Курчумского района, в селе Бозанбай Уланского района, в селе Акшоки Урджарского района. В селе Самарское Кокпектинского района запланировано проведение реконструкции и модернизации мукомольного цеха. Для повышения конкурентоспособности своей продукции на молочном заводе ТОО «Исток-1» Шемонаихинского района проводится внедрение инновационных технологий по производству молочной продукции с длительным сроком хранения. В Катон-Карагайском районе создается кластерное предприятие по производству и первичной переработке продукции пчеловодства.

Восемь перерабатывающих предприятий области сертифицированы по системе менеджмента качества в соответствии с ИСО серии 9000. В настоящее время 18 предприятий находятся на стадии разработки и внедрения системы менеджмента качества продукции. В области реализуется прорывной проект по производству молочных продуктов «Создание вертикально-интегрированной структуры по производству сельскохозяйственной продукции, ее переработки» (реконструкция Усть-Каменогорского гормолзавода). Осуществлением данного проекта занимаются Алматинская фирма «Raimbek Vostok» и Усть-Каменогорская фирма ТОО «Восток-Молоко». Проект предусматривает проведение технического переоснащения молокозавода в г. Усть-Каменогорске, открытие цеха по производству упаковки молочных продуктов. В результате реализации проекта будет дополнительно производиться до 10 тонн молочной продукции в сутки. В целом имеющиеся мощности в действующих перерабатывающих предприятиях позволяют комплексно переработать всю производимую сельскохозяйственную продукцию области.

В то же время потенциал пищевой промышленности РК позволяет данной отрасли значительно повысить объемы выпуска, обеспечив тем самым как потребности внутреннего рынка, так и экспортные заявки по основным группам продуктов питания. Казахстан имеет реальные шансы стать не только крупным сырьевым экспортером, но и развитой аграрной державой с широкой экспортной линейкой экологически чистой органической сельскохозяйственной про-

дукции. Повышение динамики показателей пищевой промышленности и АПК будет способствовать улучшению качества жизни населения и обеспечению продовольственной безопасности Казахстана.

Библиографический список

1. Пищевая промышленность Казахстана: от плана к рынок [Электронный ресурс]/www.ipr.kz
2. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы.
3. Конкурентоспособность перерабатывающей отрасли перед вступлением в ВТО [Электронный ресурс]/ www.usareec.kz

УДК: 338.658

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ОСОБЕННОСТИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Г.А. Орынбекова, А. Маратбеккызы

*Государственный университет имени Шакарима города Семей,
Республика Казахстан*

Институциональный фактор развития бизнеса и предпринимательства - важнейшая составляющая современной экономической политики Республики Казахстан. Основной проблемой современной экономической ситуации является недостаточная конкурентоспособность продукции отечественного промышленного производства на мировом рынке. Развитие всех форм предпринимательства и его интегрированных структур должно способствовать росту конкурентоспособности казахстанской экономики. Поэтому исследование опыта и поиск эффективных форм институционального обеспечения является приоритетной задачей государственных и международных институтов развития.

Согласно глобальному рейтингу (Doing Business 2013), Казахстан входит в группу стран с самыми благоприятными условиями для ведения бизнеса, заняв 49-е место среди 185 стран [1]. Однако первое место в данном рейтинге принадлежит Сингапуру. Сегодня Сингапур знают все. Международный финансовый центр, мировой порт, лидер всевозможных деловых рейтингов, включая DoingBusiness, в котором он занимает первое место на протяжении последних шести лет. Колоссальный опыт развития крошечного государства, которое за сорок лет прошло путь от бедной страны, импортировавшей даже воду, до развитого сверхсовременного государства, несомненно, представляет огромный интерес.

Экономисты многих государств мира считают Сингапур идеальным местом для ведения бизнеса. Эта страна обладает превосходной финансовой инфраструктурой, политической стабильностью и правовой системой мирового уровня. Не случайно здесь находятся отделения более 3,5 тысяч ведущих ком-

паний мира, а более 120 транснациональных корпораций имеют здесь свои представительства [2].

В Сингапуре действует налоговый режим с целой системой поощрений, направленный на привлечение международных инвесторов: беспошлинный перевод прибылей и репатриация капиталов, гарантии капиталовложений, освобождение от налога на процент по банковским вкладам для иностранных подданных, временно проживающих в стране, освобождение от двойного налогообложения. В общем, делается все для привлечения инвестиций из-за рубежа.

Основой сингапурской экономики является оказание разнообразных услуг (транспортных, погрузо-разгрузочных, складских, коммуникационных, торговых, услуг по переработке товаров и их реэкспорту, финансовых, туристических, рекреационных и др.). В сфере услуг занято около 70% населения.

Малые и средние предприятия объединены в единую группу. Главным критерием для них является число занятых. Оно не должно превышать 200 человек. А вовлечены фирмы и компании этой категории в самые разные сферы деятельности. Хотя, конечно, с определенной долей условности все малые и средние предприятия можно разделить на два типа. К первому относятся фирмы и компании, занимающиеся различными видами сервиса. Это – ресторанный, гостиничный, торговый бизнес, бизнес, обеспечивающий грузоперевозки, а также занимающийся строительством, ремонтом, клинингом, парикмахерским делом, торговлей и т.п. Кстати, Сингапур – одна из немногих стран мира, где в сфере услуг определены конкретные стандарты. Причем очень жесткие. Они касаются абсолютно всего. Стиля обслуживания, инвентаря и инструментов, квалификации персонала, обустройства помещений и т.п. Во многом именно благодаря высочайшему уровню сервиса Сингапур ежегодно посещает 6-8 миллионов туристов. Это очень высокий показатель. Ведь население страны не превышает 4,5 миллиона человек.

Ко второму типу предприятий малого и среднего бизнеса относятся фирмы и компании, занимающиеся производством, в том числе с применением современных технологий. Большую позитивную роль в развитии этих предприятий играет, в частности, проводимая государством политика интеграции. Она предполагает объединение таких предприятий в группы и обеспечение их самыми современными технологиями. Идея достаточно проста и эффективна: одному малому или среднему предприятию часто не под силу запустить новое высокотехнологичное производство на должном уровне. А вот группе таких предприятий сделать это значительно проще. Они делят между собой всю производственную цепочку и добиваются в итоге очень хороших результатов, в том числе в области генетики, иммунологии, экологии, биотехнологии, производства комплектующих для электронной промышленности.

Правительство старается сделать свои предприятия, относящиеся к категории малых и средних, конкурентоспособными на международном уровне, так как в этой стране уверены: неконкурентоспособный предприниматель делает неконкурентоспособным все государство. Для поддержки малых и средних предприятий в Сингапуре создано единое на всю страну агентство Spring. Оно осуществляет около 100 различных программ помощи предпринимателям. Со-

стоит агентство Spring из пяти управлений. Первое занимается развитием предпринимательского потенциала компаний малого и среднего бизнеса, в том числе брендингом и совершенствованием управления. Второе – оказанием услуг, необходимых предпринимателям для своей деятельности. Сюда входят консалтинговые, бухгалтерские, мониторинговые и тому подобные услуги. Сотрудники третьего управления помогают руководителям предприятий с учетом их отраслевой специфики. Четвертое управление агентства сконцентрировано на проблемах качества и стандартизации. Ну, а пятое – на вопросах корпоративного развития, в том числе совершенствования структуры предприятий и подготовки кадров.

Особые льготы предоставляются тем малым и средним предприятиям, которые только начинают свой бизнес.

В Сингапуре разработаны и внедрены в жизнь десятки разнообразных программ льготного кредитования предприятий малого и среднего бизнеса. Это и выдача специальных займов, и страхование кредитов, и распределение субсидий. С 2001 года для малых и средних предприятий снижены процентные ставки. Так, при получении кредита сроком до 4 лет теперь действует ставка в 5% годовых, а при получении долгосрочного кредита – 6,5%. Специальное льготное кредитование предусмотрено для микрофирм, численность персонала которых не превышает 10 человек.

Кредитно-банковская система Сингапура, ведущую роль в которой играет государство, объединяет около 700 различных по своему статусу и характеру деятельности финансовых организаций, в том числе 122 коммерческих банка (из них 116 – иностранных), 7 финансовых и 146 страховых компаний. При этом Сингапур не имеет государственного внешнего долга [4].

Исследование опыта новых индустриальных стран, стран ЕС и других позволяет сделать вывод о том, что система государственной поддержки малого инновационного бизнеса в развитых странах реализуется через два ключевых канала:

1) помощь организациям, непосредственно занятым инновационной деятельностью;

2) содействие малому бизнесу в целом.

Главное место в этой системе занимает сфера НИОКР и внедрения новейших технологий за счет льготного кредитования и налогообложения, страхования и прямого финансирования венчурного предпринимательства.

Эффективный процесс коммерциализации технологий возможен в случае существования в стране целостной и комплексной инновационной системы и если государственное участие в активизации инновационной деятельности будет ключевым. При этом особое внимание следует уделить изучению принципиальных особенностей государственного стимулирования коммерциализации новшеств в высокотехнологичной сфере за рубежом [3].

Мировой опыт показывает, что наиболее важным элементом успешного развития малого инновационного предпринимательства является формирование позитивного общественного мнения к передовым методам хозяйствования. Это и пропаганда опыта эффективного частного предпринимательства, и введение

во всех учебных заведениях преподавания основ рыночной экономики и инновационного предпринимательства. При этом чрезвычайно важным является изменение отношения людей к инновационному предпринимательству и повышение уровня доверия к нему. Это, конечно, является одной из сложных и многоплановых проблем, и от ее решения зависит успех экономического роста и социальный комфорт в обществе.

Применение зарубежного опыта в Республике Казахстан должно быть представлено в новой модели бизнеса, основанной на инновациях и совершенных механизмах институционального управления предпринимательским сектором.

Государственная политика в Республике Казахстан в отношении частного предпринимательства нацелена на формирование среднего класса, путем развития малого предпринимательства, ориентированного на создание новых высокотехнологичных производств с наибольшей добавленной стоимостью.

Для достижения поставленной цели одним из этапов реализации стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан предусматривается решение задачи развития инфраструктуры предпринимательства.

Инфраструктура поддержки предпринимательства представляет собой комплекс организаций, обеспечивающих благоприятные условия создания, функционирования и развития частной предпринимательской деятельности.

В Республике Казахстан к подобным организациям можно отнести:

- государственные и созданные по инициативе государства организации;
- неправительственные организации;
- коммерческие организации.

В зависимости от функциональной направленности структура институтов определяется следующим образом:

- государственная поддержка и содействие на этапах становления, функционирования и развития бизнеса;
- финансовая поддержка;
- информационно-аналитическая поддержка;
- поддержка в области образования и повышения квалификации кадров;
- материально-техническая поддержка [6].

Сопоставление организационной и функциональной структур позволяет составить матрицу участия институтов инфраструктуры в процессе развития предпринимательства в Казахстане.

Все без исключения организации содействия развитию предпринимательства имеют свои достоинства и недостатки, обусловленные влиянием различных факторов. При принятии решений по отношению к предпринимателям в одних мотивацией выступают общественные цели, у руководства других могут находиться люди, заинтересованные в удовлетворении собственных интересов.

Малый и средний бизнес – это прочная экономическая основа Общества Всеобщего Труда [5]. Для его развития нужны комплексные решения по законодательному укреплению института частной собственности. Поэтому необходимо отменить все инертные правовые нормы, мешающие развитию бизнеса.

Малый и средний бизнес должен развиваться вокруг новых инновационных предприятий. Такой процесс возможен при наличии предпринимательских структур, основанных на партнерстве.

Библиографический список

1. DOING BUSINESS 2013 Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises [Электронный ресурс] / Проект Doing Business. <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB13-full-report.pdf> (дата обращения: 22.03.2014)
2. Бизнес в Сингапуре: малый бизнес по-сингапурски Режим доступа: http://www.openbusiness.ru/html_euro/singapur_open2.htm – Загл. с экрана (дата обращения: 22.03.2014)
3. Комиссаров А.Г. Господдержка малого бизнеса: зарубежный опыт // Российское предпринимательство. – 2012. – № 2 (200). – с. 92-96. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/22792/>(дата обращения: 12.04.2014)
4. России нужен сингапурский опыт. Торгово-промышленные ведомости 18 ноября 2013 Режим доступа: http://www.tpp-inform.ru/analytic_journal/4048.html - Загл. с экрана. (дата обращения: 12.04.2014)
5. Стратегия «Казахстан-2050» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Президента Республики Казахстан. – Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/category/gos_programmi_razvitiya – Загл. с экрана. (дата обращения: 22.03.2014).
6. Структуры поддержки предпринимательства [Электронный ресурс] / Фонд поддержки предпринимательства «Даму». – Режим доступа: <http://www.damu.kz/127> – Загл. с экрана. (дата обращения: 22.03.2014).

РАЗВИТИЕ ПОДКОМПЛЕКСА ЖИВОТНОВОДСТВА ВКО РК

*Л.З. Паримбекова, М.К. Толымгожинова, М.М. Алибаева, Г.А. Орынбекова
Государственный Университет имени Шакарима города Семей,
Республика Казахстан*

Казахстан традиционно считается агропромышленной страной и одним из крупнейших производителей зерна и мяса. В республике созданы объективные материальные предпосылки для формирования агропромышленного комплекса, как ведущей части экономики страны.

Животноводство – одна из наиболее динамичных отраслей сельского хозяйства. В течение последних десятилетий отрасль быстро развивалась, и ожидается, что спрос на животноводческую продукцию будет продолжать активно расти из-за увеличения народонаселения, повышения благосостояния и урбанизации. На животноводство приходится 40% валовой продукции мирового сельского хозяйства, где работает почти миллиард человек в мире.

Восточно-Казахстанская область является одним из ведущих регионов РК по развитию животноводства. Эта отрасль является традиционной в силу национальных особенностей населения региона. В регионе развито молочное и мяс-

ное скотоводство, грубошерстное и тонкорунное овцеводство, шерстное козоводство, коневодство, свиноводство, птицеводство, пантовое оленеводство и пчеловодство. В области имеется 112 субъектов племенного животноводства, из них 16 занимаются разведением крупного рогатого скота молочного направления, 14 – крупного рогатого скота мясного направления, 50 – овцеводством, 1 – шерстным козоводством, 1 – свиноводством, 20 – разведением племенных лошадей, 4 племенных мараловодческих и 1 оленеводческих хозяйства, 2 предприятия разводят племенную птицу, 2 дистрибьютерных центра занимаются реализацией семени быков-производителей. Показатели продуктивности в племенных хозяйствах в 2 – 3 раза выше, чем в остальных.

Животноводство – ведущая отрасль в аграрной экономике области. Удельный вес продукции животноводства в структуре валовой продукции сельскохозяйственного производства в 2013 году составил 59%. Это второй показатель в республике и его удельный вес в общереспубликанском объеме валовой продукции животноводства составляет 16%. В истекшем году производство мяса в живой массе составило 231,1 тыс.тонн, молока соответственно 757 тыс.тонн, яиц – 143,7 млн.шт. По этим показателям область находится соответственно на 2 и 1 местах в республике. Численность поголовья КРС во всех категориях хозяйств составила 753,8 тыс. голов, коров возросла на 25,2 тыс.голов, поголовье лошадей составило 222,3 тыс. голов, птицы возросла на 9,7%. Кроме того, на удельный вес племенного КРС в общей структуре стада составляет 7,3%, овец и коз 10,5%, лошадям – 7,5%, маралам 78,6%, пчелам – 12,5%. Поголовье скота и птицы в ВКО в 2011-2013 гг. представлено на рис. 1

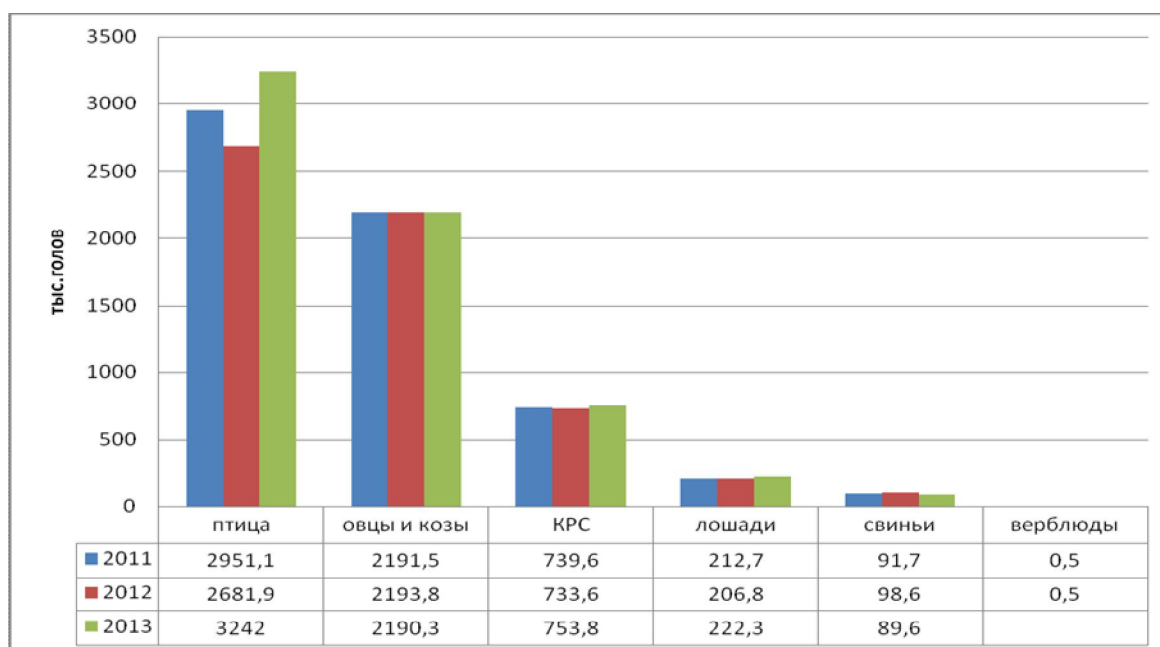


Рис. 1. Поголовье скота и птицы в ВКО за 2011-2013 гг.

На сегодня в области в рамках реализации проекта «Развитие экспортного потенциала мяса КРС» создано и функционирует 7 репродукторов с поголовье-

ем племенного скота 7,3 тыс. голов. В 2013 году закуплено и завезено племенного скота мясного направления зарубежной селекции 1994 голов и из них 1005 голов в ТОО «Агрофирма Приречное» г. Семей. По программе «Сыбага» в 2013 году закуплено 6400 голов, из них 6126 коров и 274 племенных быков-производителей. План по приобретению коров выполнен на 126%, быков-производителей на 107%. По программе «Жайлау» в конце 2013 года из областного бюджета было выделено 302,8 млн.тенге, которые распределены среди участников программы Зайсанского, Катон-Карагайского, Кокпектинского, Тарбагатайского и Уланского районов. Для откорма молодняка КРС в области создано и действует 276 откормочных площадок на 44,2 тыс. голов, из них в 2013 году создано 20 площадок на 4,9 тыс.голов. В области за счет нового строительства и реконструкции создано и функционирует 56 молочно-товарных фермы на 18,6 тыс. гол. коров. Для поддержки и развития отрасли животноводства в 2013 году из республиканского и областного бюджета выделено 5,7 млрд. тенге субсидий [1, с. 26].

Кроме государственной поддержки продаж племенного скота осуществляется выплата субсидий крупным и средним товарным животноводческим хозяйствам за реализацию молока, кумыса, мяса говядины, свинины, баранины, конины, птицы, яиц и тонкорунной шерсти. В перспективе этот вид субсидирования из республиканского бюджета для хозяйств области составит более 4500 млн. тенге.

В Восточно-Казахстанской области произведено продукции животноводства на 123 миллиардов тенге. Индекс физического объема составил 101,4%. Доля области в общих объёмах производства по республике – 13,1%, это третий показатель (после Алматинской и Костанайской областей). По остальным отраслям регион занимает следующие позиции: по объемам производства молока и меда область заняла первое место, мяса – третье, шерсти – четвертое, яиц – девятое. В прошлом году всеми категориями хозяйств области произведено 122,9 тыс. тонн мяса (в убойном весе), 723,8 тыс. тонн молока, 175,6 млн. штук яиц, 985,9 тонны меда и 4,8 тысяч тонн шерсти. К уровню 2010 года объемы производства мяса увеличились на 3,3%, молока – на 1,8%, меда – на 13,4%, шерсти – на 2,0%; производство яиц уменьшилось на 34,2% за счет сокращения численности кур-несушек и их продуктивности. За 2011 в расчете на душу населения области произведено 88 кг мяса, 518 кг молока, 126 штук яиц, при республиканском уровне 57 кг мяса, 316 кг молока, 225 яиц.

Стоит отметить, что активно развивается животноводство в крестьянских хозяйствах. За прошлый год в данной категории хозяйств стадо скота и птицы увеличилось на 6,4%, объемы производства мяса – на 11,7%, молока – на 12,4%, шерсти – на 2,5%. В данной категории хозяйств общий прирост валовой продукции животноводства составил 11,7%; в хозяйствах населения сложились более низкие темпы (0,6%); в сельхозпредприятиях отмечено снижение на 11,2%. Удельный вес ВКО по производству мяса в структуре регионов РК составил 12,0% (рис. 2).

Основными производителями животноводческой продукции в области остаются личные подсобные хозяйства населения, доля которых в 2011 году со-

ставила 68,0%, крестьянских хозяйств – 21,8%, сельхозпредприятий – 10,2%. Хозяйствам населения принадлежало 59,1% произведенного в области мяса, 78,3% молока, 61,8% яиц, 81,7% меда, 54,6% шерсти [2].

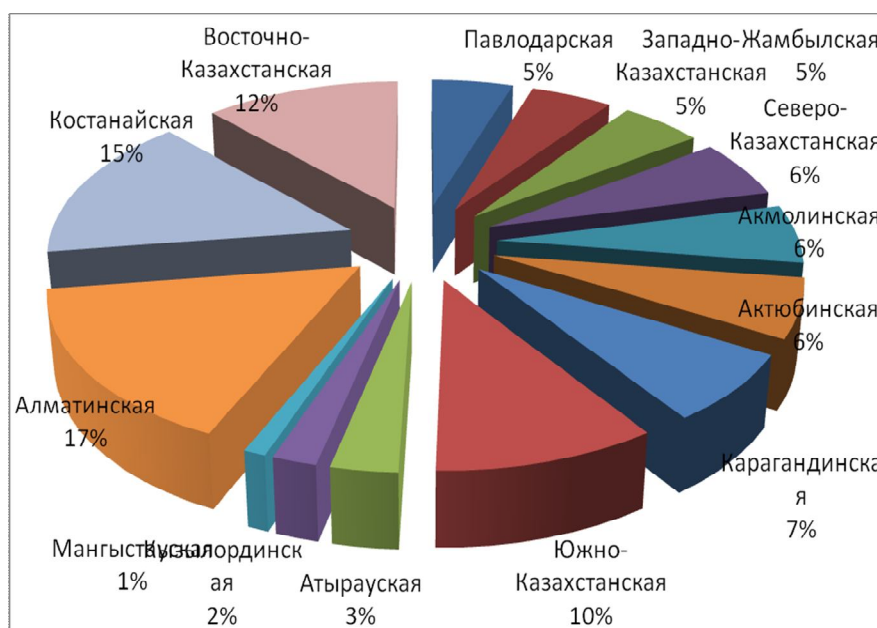


Рис. 2. Производство мяса по регионам Казахстана

В регионе практически все хозяйства находятся в домашних хозяйствах населения, государство не имеет возможности полностью контролировать ситуацию в отрасли. К основным факторам, препятствующим развитию животноводства, относятся такие негативные факторы, как: мелкотоварность, слабая инфраструктура и кормовая база, высокая доля (более 80%) беспородного скота. Для устранения влияния на отрасль этих негативных факторов в Восточно-Казахстанской области начата и проводится работа по реализации проекта «Развитие экспортного потенциала мяса КРС». В рамках данного проекта на базе имеющихся крупных сельхозформирований создано 7 репродукторов: «Агрофирма «Приречное» г. Семей, «Сахновское» Бородулихинского района; «Калбатау» Жарминского района; «Шалабай» Жарминского района; ТОО «Ал-габас» Урджарского района; КХ «Багратион» Уланского райойона; «Елім-ай Кокпекті» Кокпектинского района. Эти и другие хозяйства в текущем году завезли племенной скот мясного направления зарубежной селекции в количестве 518 голов, из них: ТОО «Елім-айКокпекті» 194 головы, ТОО «Сахновское» 126 голов, КХ «Береке» – 107 голов и КХ «Талап» 91 голову.

По программе «Сыбага» в 2012 году предусмотрено приобретение 7200 голов маточного поголовья и 240 быков-производителей. На сегодняшний день по этому источнику закуплено 4529 голов телок и 244 быка-производителя, что составляет соответственно 63 и 102% к плану. Закуп оставшегося поголовья продолжается и будет завершен до конца года [3].

В регионе в расчете на душу населения было произведено 79 кг мяса, 492 кг молока, 215 яиц. Данные объемы превышают уровень республиканского стандарта потребления по мясу на 37,4 кг (в 1,9 раза), молоку – на 312,5 кг (в 2,7 раза), яйцу – на 112 штук (в 2,1 раза). Основной объем животноводческого производства продолжает оставаться в хозяйствах населения. В последние три года темпы развития животноводства имеют незначительный рост, а основной объем прироста складывается за счет крестьянских хозяйств. Животноводство обладает большим потенциалом развития, однако в области остаются неиспользованными более половины площадей сенокосов и пастбищ, а большая часть действующих сельхозпроизводителей в настоящее время не содержат сельскохозяйственных животных.

В регионе реализуется Проект «Развитие экспортного потенциала мяса крупного рогатого скота» на 2011-2015 годы. Реализации проекта осуществляется по 5 направлениям:

- создание сети хозяйств-репродукторов и завоз племенного крупного рогатого скота зарубежной селекции;
- закуп маточного поголовья КРС по программе «Сыбаға»;
- породное преобразование;
- создание сети откормочных площадок;
- укрепление кормовой базы.

Как уже было отмечено выше, в 2011-2012 годы в области на базе имеющихся крупных сельхозформирований создано 7 хозяйств-репродукторов с поголовьем более 6,2 тыс. голов скота. Всего за этот период в область завезено 1995 голов племенного крупного рогатого скота зарубежной селекции.

В соответствии с намерениями и возможностями сельхозформирований, участвующих в реализации данного проекта, в 2013 году было намечено закупить и завести 3087 голов племенного крупного рогатого скота зарубежной селекции. В настоящее время ведутся работы по заключению договоров. Исходя из вышеизложенного, в область за 2011-2013 годы будет завезено 5082 головы племенного скота зарубежной селекции, при задании 4500 голов. По программе «Сыбаға» за 2011-2012 годы, при задании 11420 голов скота, закуплено 13337 голов, в том числе 12917 голов коров, телок и 420 быков-производителей. За 1 полугодие текущего года по этой программе крестьянскими хозяйствами закуплено 2832 головы крупного рогатого скота.

По состоянию на 05.07.2013 года 638 хозяйств с численностью маточного поголовья 53,1 тыс. голов участвует в породном преобразовании скота 44,2 тыс. голов. Доля участия маточного поголовья в породном преобразовании составляет 12%, что выше среднереспубликанского показателя. На сегодня в области создано и функционирует 261 откормочная площадка на 43 тыс. голов. При этом в 2011 году создано 29 площадок на 4,7 тыс. голов, в 2012 году 16 площадок на 3,7 тыс. голов и в 2013 году планируется создать 17 таких площадок на 4,0 тыс. голов. В первом полугодии 2013 года создано 8 таких площадок на 2,1 тыс. голов [4].

Для дальнейшего укрепления кормовой базы в области взят курс на расширение посевных площадей кормовых культур. За период реализации проекта

(2011-2013 год) посевные площади этих культур, по сравнению с 2010 годом, возросли на 98,2 тыс. га и в общей структуре посевов заняли более 23% [5].

Государство понимает, что только высокоразвитое сельскохозяйственное производство будет служить основой для создания новых производств в пищевой и легкой промышленности, сохранения продовольственной безопасности Казахстана. Государственное регулирование агропромышленного производства в сфере животноводства в Республике Казахстан осуществляется по следующим основным направлениям:

- 1) формирование и функционирование рынка животноводческой продукции, сырья и продовольствия;
- 2) финансирование, кредитование, страхование, льготное налогообложение;
- 3) защита интересов отечественных товаропроизводителей при осуществлении внешнеторговой деятельности;
- 4) развитие науки и осуществление научной деятельности в сфере животноводческого производства;
- 5) развитие социальной сферы села.

Государство осуществляет финансирование животноводческого производства за счет республиканского и местного бюджетов. Средства республиканского бюджета, направляемые на поддержку и развитие АПК, предусматриваются в республиканском бюджете отдельным разделом и включают:

- 1) поддержку инвестиционной деятельности, включая приобретение новой техники и оборудования, племенных животных, в соответствии с государственными программами развития АПК;
- 2) предупреждение и ликвидацию карантинных и особо опасных инфекционных заболеваний животных, а также проведение научных исследований и мероприятий по охране окружающей среде;
- 3) кредитование и страхование в сфере АПК;
- 4) дотации на поддержку племенного животноводства.

Таким образом, для стимулирования высокоэффективного ведения животноводства в регионах РК в условиях вступления в ВТО государством проводится политика протекционизма к местным животноводам, принимаются меры по стабилизации животноводческого производства, по защите отечественных производителей в сфере животноводства при осуществлении внешнеторговой деятельности. Реализация поставленных задач даст возможность повысить конкурентоспособность животноводческой продукции до мирового уровня и обеспечить продовольственную безопасность страны.

Библиографический список

1. Краткий статистический бюллетень «Социально-экономическое развитие ВКО», Усть-Каменогорск, 2013 г.
2. <http://agrobk.kz>
3. <http://www.furazh.ru>
4. <http://www.agro.vko.gov.kz/ru/>

5. Алшанов Р. Экономика Казахстана за 20 лет: агропромышленный комплекс // Казахстанская правда. 28 октября 2011г. С.20.

О ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ КАК ФАКТОРА УЛУЧШЕНИЯ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ

В.И. Попов

Рубцовский индустриальный институт

Современная российская экономика выделяется в мире ростом добывающей промышленности и спадом обрабатывающей. Сейчас основное внимание субъектов экономики направлено на добычу и продажу сырья за границу. Россия стала сырьевым донором для всего мира. Инвестиционная привлекательность России за последние годы растет неудовлетворительно, по мнению зарубежных экономических аналитиков, отток капиталов из страны в 2014 году может достичь 168 млрд долларов. И вкладывать инвестиции в регионы с неблагоприятным инвестиционным климатом не так много, как бы хотелось. Алтайский край, как субъект федерации, по рейтингам инвестиционной привлекательности значительно отстает от таких субъектов, как г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Сахалинская область, Республика Татарстан, Тюменская область и относится к группе 1С7 (Умеренная инвестиционная привлекательность. Первый уровень) [3]. Причины сложившейся ситуации мы рассматривали в предыдущих работах и называли среди прочих такие, как территориальная удаленность от центров потребления, климатический фактор, стоимость электроэнергии, уровень покупательской способности населения края, отсутствие или недостаток природных минерально-сырьевых ресурсов, изношенность основных производственных фондов и др. Не способствует инвестиционной привлекательности региона и неразвитость инфраструктуры, неудовлетворительное состояние дорожной сети. Все эти факторы оказывают значительное влияние на формирование неблагоприятного инвестиционного климата в регионе. На это накладываются общероссийские проблемы, связанные с несовершенством законодательной базы, банковской инфраструктуры для ведения бизнеса. Вступление Российской Федерации в ВТО усложняет наше положение и не уменьшает экономических проблем [3].

Сегодня для многих стало очевидным, что неолиберальный экономический курс, которого придерживалась страна последние годы, себя исчерпал. Экономического роста в стране практически нет, это констатирует и президент, и министр экономики. Мы всецело зависим от цены на нефть, потому что имеем сырьевой характер экономики. Открытие рынков и вступление в ВТО стало «последней каплей» для многих производителей. Эти выводы были сделаны и на последнем Международном экономическом форуме в г. Москве, который со-

стоялся в начале этого года. Сопредседатели МЭФ Руслан Гринберг и Константин Бабкин, подводя итоги работы этого представительного форума, сделали вывод о том, что социально-экономическая стратегия нашей страны должна быть основана на органическом соединении рынка и государственного регулирования.

Анализируя материалы исследований, обсуждаемых на форуме, президент РФ поставил следующие задачи: «В самое ближайшее время необходимо на порядок улучшить деловой климат в стране. Мы с вами об этом говорим, как об одной из важнейших наших задач. И делать это нужно ускоренными темпами. Речь идет о дополнительном снижении административной нагрузки на бизнес, о благоприятных условиях для открытия и становления новых предприятий. Словом, качественная деловая среда должна стать одним из мощных ключевых факторов экономического и промышленного роста» [4]. Россия расположена географически между Западом и Востоком. Отчасти вследствие многовековых экономических связей деловая культура России формировалась под влиянием западной и восточной деловых культур. Вместе с тем, определяющим фактором, оказывающим решающее влияние на формирование особенностей деловой культуры в обществе, является общая социальная культура, сложившаяся в России.

Исследователи проблем социальной среды указывают, что состояние социальной среды во многом зависит от социального климата в обществе [5]. Качественная, то есть оптимальная для ведения предпринимательской деятельности, социальная деловая среда характеризуется наличием привлекательного инвестиционного и делового климата. Анализ данных социальных характеристик позволяет нам сделать вывод о том, что они напрямую связаны с уровнем развития предпринимательской культуры в обществе. Данная тема в последние годы стала предметом исследования представителей не только экономических научных направлений, но и общественных наук. Понятие предпринимательской культуры, на наш взгляд, более широкое и связано с понятиями бизнес-культуры и корпоративной культуры. Автор работы согласен с позицией исследователей Э. Шейна, П. Друкера Л. Каммингса, Т.Ю. Базарова, которые считают, что данное понятие можно рассматривать синонимично этим понятиям. Их определения корпоративной культуры сводятся к тому, что ее следует понимать как систему общего мнения и ценностей, разделяемых всеми членами организации, как характерную черту, отличающую одну организацию от другой. В настоящее время в отечественной теории и практике управления стал активнее проявляться интерес к ее изучению, т.к. сильная и монолитная корпоративная культура является необходимым атрибутом успешной компании, поскольку она объединяет сотрудников, которые отождествляют себя со своей организацией и стремятся к достижению единой цели совместными усилиями, успешному ведению бизнеса. В такой компании ключевые корпоративные ценности разделяются всеми членами организации, доминирующая культура сильно влияет на поведение сотрудников, исчезает необходимость в высокой структуризации и формализации деятельности компании, снижается текучесть кадров [1].

Деловую культуру ряд исследователей определяет как отношение фирмы к законности, личности, качеству выпускаемой продукции, финансам и производственным обязательствам, открытости и достоверности деловой информации [2].

Деловая культура предпринимательского социального слоя формируется не в одночасье, это длительный, сложный, неоднолинейный, многовековой процесс. У наших западноевропейских партнеров деловая предпринимательская культура складывается более 250 лет. Базируется этот непрерывный многолетний процесс на уважении к закону, в основе которого лежит римское право. В западноевропейских странах сложился институт частной собственности, имеющей древние традиции. Все перечисленные характеристики общества опираются на либеральное мировоззрение, господствующее в массовом европейском сознании, которое породило многопартийные политические системы, поощряющие и стимулирующие конкуренцию во всех сферах жизнедеятельности. В силу особенностей российского исторического процесса отечественная культура ведения бизнеса развивалась у нас в стране неравномерно. Процесс зарождения во второй половине 19 века своеобразной, во многом уникальной бизнескультуры России, которая формировалась под влиянием многовековых традиций русского купечества, был прерван и остановлен последующими революционными событиями в стране. К сожалению, непродолжительная по историческим меркам политика НЭПа не оказала на формирование бизнескультуры значительного влияния. Развитие предпринимательской деятельности в форме кооперативного движения в Советском Союзе и в Российской Федерации в конце 20 и в начале 21 веков послужили толчком к развитию современной российской бизнескультуры. Предпринимательская культура России безусловно отличается от бизнескультуры других стран не только своим менталитетом, особенностями общей национальной культуры, но и самими правилами ведения бизнеса. В ряду особенностей отечественной предпринимательской культуры, которые имеют исторические, религиозные и общекультурные предпосылки, исследователи отмечают, что среди черт присущих отечественному предпринимательству можно выделить большую роль неформальных отношений, являющихся наследием советского периода. Они обусловлены недостаточным законодательным подкреплением деловых отношений, что порождает невыполнение договорных обязательств при наступлении непредвиденных обстоятельств. Личные связи и отношения в бизнесе оставляют экономику по сути без государственного и общественного контроля. Поэтому российские предприниматели могут позволить себе не всегда соблюдать законы, соблюдать этические нормы. Также в России в «лихие» 90-е широко практиковались силовые методы, вынуждающие партнеров выполнять договорные обязательства. Их реализацией занимались, а иногда и сейчас занимаются, как правоохранительные органы, так и криминальные организации. Так, среди незаконных хозяйственных действий коррупция занимает первое место, поэтому отношения с властями носят характер вынужденного сотрудничества, а не партнерский. Нередко предприниматели прибегают к помощи собственных связей в органах правления вместо ор-

ганизованной защиты интересов посредством предпринимательских союзов. Отсутствие стабильных, устоявшихся правил ведения бизнеса вынуждает предпринимателей формировать доверенную команду из друзей и родственников. В определенном смысле можно сказать, что руководители предприятий являются и организаторами, и собственниками предприятий, что говорит о слабой дифференциации управленческих функций. Как правило, руководитель ставит экономические вопросы и экономические интересы организации выше социальных, что также является пережитком советского времени. Особенностью отечественной деловой культуры является и то, что отношения между партнерами обычно выходят за рамки протокола и делового общения. Среди особенностей российской бизнес культуры можно выделить недостаточное внимание российских предпринимателей к проблемам социальной ответственности бизнеса. Благотворительность, как форма социальной ответственности, не получила такого широкого распространения, как на Западе. Чаще всего благотворительность мотивирована личными, корыстными интересами и не связана с моралью. Личная выгода для значительной части предпринимателей стала приоритетом. В настоящее время посредническая торговля приобрела широкое распространение, в отличие от советского периода развития экономики, когда общегосударственные цели и интересы стояли выше личных и приоритетным направлением было развитие обрабатывающих производств. Российский бизнес имеет специфические отношения с органами власти разных уровней, в которых присутствуют и коррупция, и незаконные хозяйственные действия, такие как вымогательства. Зарубежные и отечественные исследователи отмечают наличие избирательной этики в деловых отношениях. То есть то, что не соответствует этическим нормам в отношении коллег, вполне может присутствовать в деловых отношениях за пределами организации. В условиях особого, порой экстремального, социально политического, а как следствие и делового климата, в российском бизнессообществе сформировалась особая способность к выживанию и адаптации, что также является особенностью современной деловой культуры России.

В современных условиях, когда отечественная экономика все более интегрируется в мировой рынок, значение и роль современной предпринимательской культуры и влияние ее на формирование благоприятной деловой среды все более возрастает. Нам видятся перспективными следующие направления деятельности по ее формированию. Необходим комплекс мер, таких как улучшение системы бизнес-образования в стране. Введение в учебные программы обучения будущих специалистов, прежде всего экономистов, учебных дисциплин по корпоративной социальной ответственности бизнеса, основам социального государства и др. Необходимы на государственном уровне меры по созданию и широкому распространению бизнес-инкубаторов для подготовки кадров предпринимателей. Государственная политика должна реализоваться и в формировании положительного имиджа отечественного предпринимателя в средствах массовой информации, в художественных произведениях. Необходимо шире использовать и применять с учетом особенностей России зарубежный опыт в этом направлении. В отечественной науке нет значительных иссле-

дований данной тематики, которые учитывали бы особенности и специфику ведения бизнеса в России, существующие исследования недостаточно эффективно используются в предпринимательской практике. Становится все более очевидным, что в настоящее время сформировалась весьма актуальная потребность в изменении сложившейся ситуации.

Библиографический список

1. Корпоративная культура управления предприятием: [Электронный ресурс] <http://ua.coolreferat.com>
2. Особенности российской бизнес-культуры: [Электронный ресурс]: <http://www.slideshare.net>
3. <http://www.ra-national.ru/?page=regions-raiting-investment> Рейтинг
4. <http://www.ntv.ru/novosti/893179/#ixzz2yN4ALahg>
5. Попов В.И. К вопросу перспективы инвестиционного климата в регионе: Материалы международной научно-практической инновационно-инвестиционной конференции «МИИК-2012». Рубцовск, 2012.

ББК 65.9(2)30

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Д.В. Ремизов

Рубцовский индустриальный институт

Современное состояние мировой экономики диктует новые условия для осуществления внешнеэкономической деятельности отдельными странами. Успешно функционировать в этих условиях без участия в интеграционных процессах практически невозможно. Российская экономика в целом и внешнеэкономическая деятельность в частности отличается глубокими связями с различными странами, которые обусловлены совокупностью определенных факторов.

В 2011 году в мире в целом было произведено товаров и услуг на сумму более 90 триллионов долларов США, при этом почти половина общего объема производства приходится на страны с низким и средним уровнем доходов. В подготовленной Группой данных о развитии в Группе Всемирного банка Программе международных сопоставлений сказано, что шесть из 12 крупнейших экономик мира были в категории со средним уровнем доходов (по определению Всемирного банка). В совокупности на 12 самых крупных экономик приходилось две трети мировой экономики и 59 процентов населения. На основе паритета покупательной способности (ППС) мировой ВВП в 2011 году составил 90 647 млрд. долл. США по сравнению с 70 294 млрд. долл. США при измерении на основе валютных курсов. Доля стран со средним уровнем дохода в мировом ВВП составляет 48 процентов при использовании ППС и 32 процента при использовании обменных курсов [1].

Рост ВВП России составил 0,9% в марте 2014 года по сравнению с 1,3% в марте 2013 года. Также министерство обновило динамику ВВП в годовом ис-

числении в январе и феврале этого года, таким образом увеличив показатели до 0,7 и 0,9% соответственно (по сравнению с первоначальными 0,5 и 0,3%). В целом, за первые три месяца ВВП России, с исключением сезонного фактора, понизился на 0,5% по сравнению с октябрем-декабром 2013 года (рисунок 1). Таким образом, снижение динамики было зарегистрировано впервые после трех четвертей последовательного роста (с апреля до декабря 2013 года) [2].

По предварительным данным таможенной статистики, с учетом торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан, внешнеторговый оборот России в январе-сентябре 2013 г. составил 617,3 млрд. долларов и увеличился по сравнению с январем-сентябрем 2012 г. в стоимостном выражении на 0,6% (в январе-сентябре 2012 г. против января-сентября 2011 г. – прирост на 3,1%), в том числе со странами дальнего зарубежья – прирост на 2,0% до 534,2 млрд. долларов, странами СНГ – спад на 7,7% до 83,1 млрд. долларов (таблица 1).

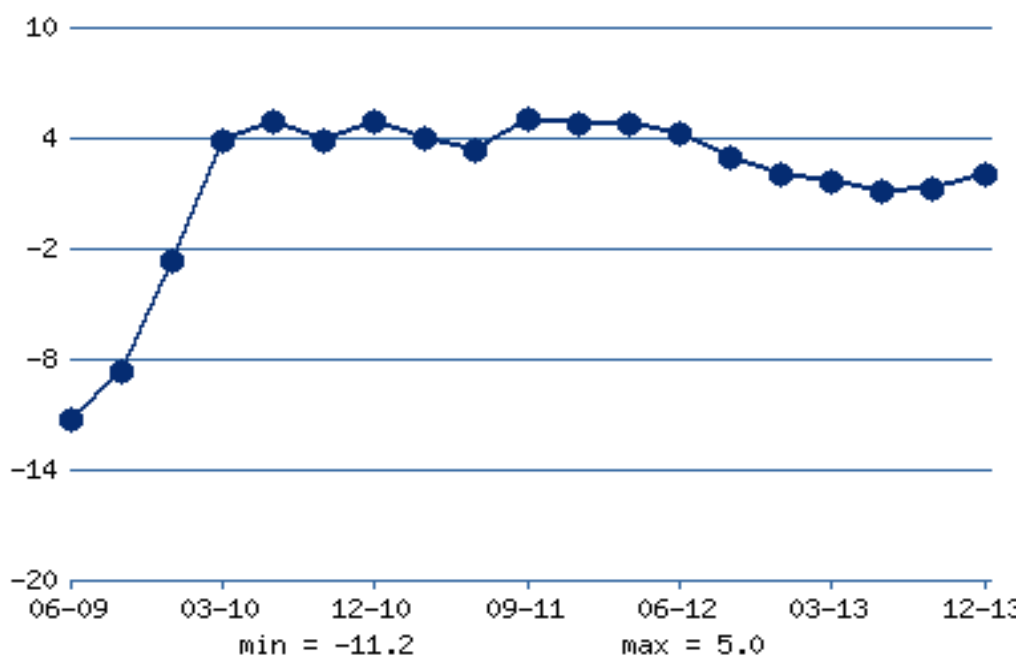


Рис. 1. Темпы роста ВВП России, % к аналогичному кварталу предыдущего года

Замедление темпов роста стоимостных объемов внешней торговли России в январе-сентябре 2013 г. против января-сентября 2012 г. обусловлено существенным снижением экспортных поставок за счет падения экспортных цен и снижением объемов торговли со странами СНГ по стоимости, физическому объему и средних контрактных цен [3].

Под влиянием сезонных колебаний, нестабильности в политической, экономической и товарной конъюнктуре в различных регионах мира в условиях мирового экономического кризиса, экспортная и импортная деятельность носила крайне неравномерный характер.

Таблица 1

Внешняя торговля России в январе-сентябре 2013 г.
(млрд. долларов)

Наименование	Оборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
Всего	617,3	385,6	231,7	153,9
<i>темпы прироста в %</i>	<i>0,6</i>	<i>-0,1</i>	<i>1,7</i>	<i>...</i>
Дальнее зарубежье	534,1	333,0	201,2	131,7
<i>темпы прироста в %</i>	<i>2,0</i>	<i>1,8</i>	<i>2,5</i>	<i>...</i>
Страны СНГ	83,1	52,6	30,5	22,2
<i>темпы прироста в %</i>	<i>-7,7</i>	<i>-10,2</i>	<i>-2,9</i>	<i>...</i>

В январе 2013 г. внешняя торговля России (относительно предыдущего месяца) демонстрировала значительный спад объемов товарооборота при снижении экспорта на 18% и импорта на 32,2%.

В феврале 2013 г. наблюдалось увеличение товарооборота при быстром росте импорта и экспорта. В марте также произошло увеличение в экспорте и импорте. В апреле 2013 г. во внешней торговле России отмечен прирост товарооборота за счёт роста импорта при снижении экспорта. Резкий майский спад в равной степени коснулся и экспорта, и импорта. Июньское увеличение товарооборота (на 3,7%) обеспечивалось умеренным ростом экспорта на 2,2%, при более значительном приросте импорта на 6,2%. В июле 2013 г. прирост товарооборота обеспечивался преимущественно за счет увеличения импорта (на 7,1%) при более медленном темпе прироста экспорта (на 4,2%). В августе экспорт сократился на 3,7% в результате снижения поставок энергоносителей, частично, за счет сезонного фактора. Падение импорта на 9,0% обеспечивалось снижением поставок топливно-энергетических товаров из СНГ (угля из Казахстана) и снижением ввоза грузовых и легковых автомобилей. В сентябре 2013 г. прирост товарооборота на 3,7% обеспечивался почти полностью за счет увеличения экспорта на 5,7%.

Российский экспорт в январе-сентябре 2013 г. против января-сентября 2012 г., с учетом торговли с Республикой Беларусь и Республикой Казахстан, в стоимостном выражении снизился на 0,1% (в январе-сентябре 2012 г. был прирост на 3,3%). При этом суммарный экспорт составил 385,6 млрд. долларов, в том числе в страны дальнего зарубежья – 333,0 млрд. долларов (прирост на 1,8%), в страны СНГ – 52,6 млрд. долларов (спад на 10,2%).

Физические объемы экспорта в целом выросли на 4,3%, в том числе в страны дальнего зарубежья на 6,0%, в страны СНГ – упали на 5,0%. Средние экспортные цены снизились на 4,2%, в том числе по странам дальнего зарубежья – на 4,0%, по странам СНГ – на 5,5%.

В общем объеме экспорта удельный вес стран дальнего зарубежья составил 86,3% (2012 г. – 84,8%). В общем объеме вывоза на долю стран СНГ приходилось – 13,7% (2012 г. – 15,2%), ЕС – 54,3% (52,6%), АТЭС – 18,6% (17,4%), ЕврАзЭС – 7,7% (8,4%) и ТС 7,1% (8,0%).

Основными торговыми партнерами России в экспорте являлись: Нидерланды – 13,6% (2012 г. – 14,8%), Италия – 7,6% (5,9%), Германия – 7,0% (6,9%), Китай – 6,8% (6,9%), Турция – 4,8% (5,3%), Украина – 4,3% (5,2%), Белоруссия – 3,8% (5,0%), Польша – 3,6% (3,9%), Япония – 3,5% (2,8%), Казахстан – 3,3% (2,9%).

Российский импорт в январе-сентябре 2013 г. составил 231,7 млрд. долларов и увеличился на 1,7% против января-сентября 2012 г. (в 2012 г. – на 3,0%), в том числе из стран дальнего зарубежья на 2,5% до 201,2 млрд. долларов, из государств СНГ – спад на 2,9% до 30,5 млрд. долларов.

В общем объеме ввоза доля стран дальнего зарубежья составила 86,8% и увеличилась против аналогичного периода прошлого года на 0,6 п.п. В общем объеме импорта на долю стран СНГ приходилось 13,2% (в 2012 г. – 13,8%), ЕС – 41,9% (41,5%), АТЭС – 34,6% (34,5%), ЕврАзЭС – 7,2% (7,0%) и ТС – 7,2% (6,9%).

Основными торговыми партнерами России в импорте являлись Китай – 16,8% (2012 г. – 16,6%), Германия – 11,9% (12,1%), Украина – 5,1% (5,9%), США – 5,1% (4,8%), Япония – 4,5% (5,2%), Франция – 4,1% (4,4%), Италия – 4,4% (4,1%), Белоруссия – 4,0% (4,1%), Р. Корея – 3,3% (3,5%).

Увеличение стоимостных объемов импорта происходило за счет роста цен на 2,6%. Физический объем ввоза снизился на 0,8%, из стран дальнего зарубежья снизился на 1,1%, из стран СНГ – вырос на 1,0%. Средние импортные цены в торговле со странами дальнего зарубежья повысились на 3,6%, со странами СНГ – снизились на 3,9% [3].

Медленными темпами развивается и деятельность в сфере иностранных инвестиций.

Согласно исследованию Doing Business 2012, составляемому ежегодно Всемирным банком и оценивающему условия ведения бизнеса в 183 странах, Россия занимает 120 место по простоте осуществления предпринимательской деятельности.

Чистый отток капитала из страны в 2008-2011 годах составил 308 млрд. долларов. Данный показатель обусловлен, в частности, инвестициями российских компаний за рубеж и снижением активности инвесторов в связи с общей неопределенностью на мировых рынках и ситуацией в Европе.

В 2010 году улучшение инвестиционного климата было определено как самостоятельное направление деятельности Минэкономразвития России, и за 2 прошедших года были упрощены процедуры в сфере строительства и миграционной политики, существенно снизили стоимость подключения новых инвестиционных проектов к электросетям и инженерно-коммуникационной инфраструктуре, приняли законы, направленные на совершенствование таможенного администрирования, а также либерализацию контроля за иностранными инвестициями и уголовного законодательства в экономической сфере, запустили

механизм уполномоченных по инвестициям на федеральном и региональном уровнях, добились увеличения объема инвестиций международных институтов развития в приоритетные для российской стороны отрасли экономики и многое другое.

Только за счёт реализации мер 2010-2011 годов Россия поднялась на 4 позиции в рейтинге Doing Business (со 124 места до 120), а также вошла в число 25 стран по прогрессу в улучшении инвестиционного климата.

В 2008-2011 гг. в Россию поступило 206,7 млрд. долларов США прямых иностранных инвестиций. По итогам 2011 года, по оценке Банка России, объем ПИИ составил 51,9 млрд. долларов (19,9% рост к 2010 году).

По данным опроса Merrill Lynch, проведённого среди международных управляющих инвестиционных фондов, Россия заняла первое место по инвестиционной привлекательности среди стран БРИКС.

В рейтинге самых дешевых стран для ведения бизнеса Россия в 2012 г. заняла четвертое место из 19 развитых и развивающихся стран, уступая лишь Индии, Китаю и Мексике – по версии KPMG [3].

Наряду с этим Россия занимает 60 место среди 187 исследуемых стран в рейтинге страновых инвестиционных рисков, присвоенных журналом Euro money в 2012 г.

России необходим переход на инновационный путь развития, выведение страны в число ведущих мировых экономик с высоким уровнем благосостояния, развитой инфраструктурой, существенной долей высокотехнологичного сектора в ВВП страны.

Необходимым условием реализации данных задач являются масштабные инвестиции в производства, в новые технологии, в обучение. Однако на сегодняшний день доля инвестиций в основной капитал в ВВП составляет 20,6%, а для реализации задач по модернизации экономики ее необходимо увеличить до 25%, а в дальнейшем до 30%.

Таким образом, стоит отметить, что участниками внешнеэкономических отношений являются не только внутренние, но и внешние субъекты хозяйствования. И для успешного развития этого вида сотрудничества необходимо создание благоприятных условий со стороны правительства нашей страны.

Библиографический список

1. Доклад по результатам программы международных сопоставлений. Официальный сайт Группы Всемирного банка [Электронный ресурс] - <http://data.worldbank.org/russian>.
2. Обзор мировой экономики - апрель 2014 года [Электронный ресурс] - <http://www.ereport.ru/reviews/rev201404.htm>.
3. Портал внешнеэкономической информации Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] - <http://www.ved.gov.ru/monitoring>.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Г.Т. Самиева, Б.М. Баядилова, А.С. Темиргалиева

Государственный университет имени Шакарима, города Семей

В данной статье рассмотрены государственная инвестиционная политика РК, инвестиционная стратегия государства, основные направления инвестиционной политики и механизм стимулирования инвесторов.

Важнейшим направлением государственной политики является достижение благоприятного инвестиционного климата в стране и дальнейшее стимулирование притока прямых иностранных инвестиций в экономику. Казахстан сегодня занимает лидирующее положение по объему привлекаемых иностранных инвестиций на душу населения среди стран СНГ.

Признанием улучшения экономического положения Казахстана и инвестиционного климата в стране стало неоднократное повышение кредитных рейтингов страны ведущими международными рейтинговыми агентствами.

Казахстан сегодня является первой из стран СНГ, которой присвоен инвестиционный рейтинг агентством Moody's Investors Service.

Центральное место в формировании инвестиционной политики принадлежит государству, экономическая роль которого заключается в:

- формировании инвестиционной политики и разработке на её основе общегосударственных планов развития и инвестиционных программ;
- выработке общегосударственных инвестиционных программ, индикативных планов развития на уровнях: региональном, местном, межотраслевом, отраслевом, отдельных фирм, объединений, предприятий;
- реализации инвестиционной политики и внедрении всей системы программ и планов в общественном воспроизводстве.

Эти три аспекта составляют органическое единство политики и экономики. Поскольку «политика есть концентрированное выражение экономики», постольку инвестиционная политика, формируя инвестиционные процессы, определяет экономическое и социальное развитие страны. Инвестиционная политика, с одной стороны, определяется производственными процессами, а с другой – воздействует на них. В зависимости от того, на каком уровне осуществляется инвестиционная политика, её можно подразделить на: международную – мегауровень; национальную (государственная) – макроуровень; инвестиционная политика отдельных фирм – микроуровень. Далее каждая подразделяется на внешнюю и внутреннюю. При формировании инвестиционной стратегии важным является вопрос о постановке целей. При этом следует соблюдать следующие условия: поставленные цели должны быть четко сформулированы; не должны противоречить общегосударственным социально-экономическим целевым установкам; должны иметь временные ограничения.

Предметом анализа государственной инвестиционной политики являются особенности национального экономического поведения субъектов инвестици-

онного рынка, а также отдельные формы причинно-следственных связей категории «инвестиции» и других категорий экономической теории (например, инвестиции и совокупный продукт, процент и уровень инвестиционной активности, инвестиционный спрос и ВВП), а также роль государства и степень его вмешательства в инвестиционные процессы.

Сущность государственного регулирования инвестиционной деятельности в Республике Казахстан, как и в любом другом государстве, состоит в соблюдении ряда правил, так называемых «китов»:

1. Экономическая безопасность. Здесь строго должно быть прослежено влияние привлечения и использования иностранных банковских и государственных кредитов на рост внешнего долга страны и пассивного сальдо торгового баланса страны. В основе данного принципа лежит принцип предпочтения прямых иностранных инвестиций международному ссудному капиталу.

2. Определение сущности «инвестиции» как экономической категории. В мировой практике существует огромное число определений понятия «инвестиции», причем каждая страна в зависимости от национальных особенностей формирует свое экономическое объяснение категории «инвестиций». Сюда входит не только определение экономического понятия категории «инвестиции», но и их классификация.

3. Реализация инвестиционных задач государства. Поток и использование иностранных и отечественных инвестиций – процесс, регулируемый государством и направленный, как правило, на решение макроэкономических задач в средне- и долгосрочной перспективе.

4. Создание максимально благоприятного инвестиционного климата. Здесь государство должно позаботиться о постоянном повышении инвестиционного рейтинга страны.

5. Этапность привлечения и приоритетности использования иностранных инвестиций. Здесь государство должно формировать основные цели и приоритеты инвестиционной политики, исходя из сравнительных преимуществ казахстанской экономики наряду с объективными направлениями глобального технико-экономического развития.

6. Приоритетное использование для национальной экономики международного ссудного капитала. Согласно данному принципу необходимо в конкурсном порядке утвердить проект, и только после привлечь кредит под проект. Важным условием должно стать опережение нормы внутреннего капитала над стоимостью кредита.

7. Законодательный механизм. В законодательстве должны быть четко и ясно изложены права и обязанности инвестора, гарантии и способы защиты его интересов. Перед Казахстаном стоит задача создать развитую, внутренне непротиворечивую систему экономического законодательства, обеспечивающую равные права для иностранных и отечественных инвесторов.

8. Регулятивный принцип, который состоит из мер организационного и контрольного механизмов; в условиях транзитной экономики усиливаются функции государства по созданию условий и стимулированию поступательного развития производства и повышения благосостояния и качества жизни населе-

ния. Активизация роли государственного регулирования не подменяет предпринимательскую инициативу, а, напротив, создает благоприятную почву для роста инвестиционного спроса.

9. Социальная направленность инвестиционной политики. Большое внимание государство должно уделять инвестированию в так называемый «человеческий фактор» или в человеческий капитал. Это особый вид вложений, преимущественно в нематериальную сферу, а именно в образование, здравоохранение, культуру, науку. Такие инвестиции обеспечивают развитие и духовное совершенствование личности, расширение возможностей творческого участия индивидов в социально-экономических процессах страны.

Анализ современной ситуации в Казахстане отражает картину, когда мы расходуем ренту ограниченных природных ресурсов на интеллектуальную, которая заключена в цене импортируемых нами товаров конечного спроса и тем самым инвестируем и создаем условия для дальнейшего опережающего экономического роста зарубежных государств. В целях избежания деградации научно-технического потенциала страны и превращения её в сырьевой придаток мирового рынка государственная инвестиционная политика должна исходить из национальных интересов, делать упор на отечественного инвестора.

В настоящее время инвестиционная политика Казахстана должна быть направлена на:

- развитие реального сектора экономики;
- развитие корпоративного рынка ценных бумаг;
- агропромышленный комплекс (развитие инфраструктуры для аграрного производства, перерабатывающих производств, сельскохозяйственного машиностроения, химических препаратов для сельского хозяйства, внедрение новых технологий и подготовка кадров для сельского хозяйства, развитие социальной инфраструктуры на селе);
- выпуск потребительских и инвестиционных товаров на уровне мировых стандартов;
- укрепление экспортного потенциала;
- развитие научно-исследовательской инфраструктуры и научно-технического потенциала, включая биотехнологическую революцию, авиакосмонавтику, использование природного газа, ядерной и солнечной энергии, повсеместную компьютеризацию и развитие системы искусственного интеллекта;
- развитие импортозамещающих производств.

Однако инвестиционная политика не должна ограничиваться отраслевым уровнем экономики, целесообразно рассмотреть её и в региональном аспекте.

Необходимо определить наиболее развитые и депрессивные регионы и, исходя из этого, разрабатывать различные региональные инвестиционные программы (например, создание более благоприятного инвестиционного климата, объявление свободной экономической зоны, концентрация на приоритетных направлениях региональных инвестиционных ресурсов).

Инвестиционная стратегия в условиях дефицита государственного бюджета предполагает создание системы государственных, смешанных и частных институтов для реализации инвестиционных программ.

Инвестиционной стратегией должны быть четко определены сферы приложения государственных инвестиций. Государство должно финансировать те сферы, развитие которых обеспечит рост деловой активности частного инвестора. Это могут быть инвестиционные проекты производственной инфраструктуры (транспорт, связь, дороги), различные социальные программы, подготовка и переподготовка кадров для новых производств, финансирование НИОКР. Эффективным, на наш взгляд, будет разделение государственного бюджета (республиканского и региональных) на две части: бюджет потребления и бюджет развития экономики. Средства последнего могут быть:

- направлены на инвестирование наиболее значимых и перспективных проектов;
- выступать в качестве гаранта при получении кредита коммерческих банков предпринимателями малого и среднего бизнеса;
- использованы в качестве совместного финансирования инвестиционных проектов.

При формировании государственной инвестиционной политики в условиях дефицита бюджетных средств особое внимание следует уделить развитию частного инвестора.

Существенным препятствием на пути к росту инвестиционной активности выступает несоблюдение принципа комплексности, непротиворечивости и обоснованности при разработке мер Правительства и Национального банка Казахстана по стабилизации социально-экономического положения в стране. Вследствие чего инвестиционная политика, несмотря на изменение приоритетов, призывы восстанавливать и развивать реальный сектор, отличается весьма низкой эффективностью.

Выход из сложившейся ситуации видим в выработке качественно новой инвестиционной стратегии, в основу которой необходимо заложить:

- усиление координирующей и регулирующей роли государства на основе селективного подхода;
- определение приоритетов должно быть сопряжено как со сравнительными конкурентными преимуществами, так и с актуальными направлениями глобального технико-экономического развития. Первостепенное значение необходимо уделить высоким технологиям, инвестициям в инновации, которые, несомненно, поспособствуют созданию новых каналов перелива капитала, максимизируют эффективность инвестиционных процессов и обеспечат экономический рост при ограниченных инвестиционных ресурсах;
- остановить процесс неэквивалентного обмена невоспроизводимой природной ренты на интеллектуальную;
- сегодня в республике функционируют ряд крупных предприятий, которые, обладая мощным производственным и научно-техническим потенциалом, могут обеспечить ускоренное развитие республики. Наряду с ними на рынке присутствуют предприятия малого и среднего бизнеса, отличительными черта-

ми которых является слабая материально-техническая база и дефицит инвестиционных ресурсов. Согласно мировому опыту, малый и средний бизнес содержит в себе большой экономический потенциал, что требует обязательного и неотлагательного определения их места в производственной цепочке крупных промышленных предприятий;

– стимулирование роста валового накопления до обеспечения мирового уровня, то есть 15-20% от ВВП;

– содействовать росту капитализации всех сберегаемых ресурсов в реальном секторе экономики, создать необходимые условия по трансформации всех видов сбережений физических и юридических лиц (резидентов и нерезидентов) в инвестиции в производственную сферу;

– за счет государственных инвестиций финансировать только лишь крупные жизненно важные инвестиционные проекты социальной и производственной инфраструктуры общегосударственного значения (прежде всего расходы на НИОКР, развитие научно-исследовательской, транспортной и социальной инфраструктуры, создание единой информационной среды);

– стимулировать становление и развитие рынка институциональных инвесторов путем совершенствования законодательной базы и системы защиты интересов инвесторов;

– стимулировать развитие фондового рынка. Усилить роль рынка корпоративных ценных бумаг в трансформации финансовых ресурсов в производственные инвестиции;

– определить в контексте инвестиционной политики точки соприкосновения инновационной, промышленной, структурной и налоговой политик и направить их в одно русло, на решение макроэкономических задач государства.

Библиографический список

1. Закон Республики Казахстан «Об инвестициях» от 8 января 2003 года №373.

2. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы (*утверждена Указом Президента РК от 17 мая 2003 года N 1096*).

3. Мамыров Н.К., Ихданов Ж. Государственное регулирование экономики в условиях Казахстана (теория, опыт, проблемы) – Алматы: Экономика, 2010.

УДК 659.1(075.8)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БРЕНДИНГА В ТАМОЖЕННОМ СОЮЗЕ

Т.С. Сокира

*Казахский национальный технический университет
имени К.И. Сатпаева, г. Алматы*

В статье раскрывается современное состояние и проблемы управления брендами в странах Таможенного союза, показано, что Таможенный союз – это не только новая возможность для развития бизнеса, но и возможность создания, укрепления и продвижения

национальных брендов на территории единого экономического пространства и за его пределами.

На современном этапе принято говорить не о конкуренции предприятий, а о конкуренции брендов. Сегодня без брендинга в принципе невозможно развитие внутреннего рынка любой страны. Это обстоятельство можно смело перенести и на такое новое территориальное объединение России, Казахстана и Белоруссии, как Таможенный союз (ТС). ТС – это новая возможность для развития бизнеса, создания, укрепления и продвижения национальных брендов на территории единого экономического пространства.

Брендинг – сложное понятие, которому посвящена не одна статья и множество учебников. И все-таки по-прежнему мы не имеем ясного представления о том, что же такое брендинг. Например, «брендингом именуется совместная творческая деятельность рекламодателя и рекламного агентства по созданию и широкомасштабному внедрению в сознание потребителя «персонализированного образа, замаскированного определенным товарным знаком» [1, с. 5]. Представляет интерес суждение, которое отождествляет «брендинг» и «марочную политику», то есть «совокупность форм, задач и содержания деятельности, направленной на достижение широкой популярности марки, определяющей основные стратегические принципы и приоритеты, направление и допустимые методы реализации тактических мероприятий по решению текущих задач» [2, с. 13].

Есть мнение, что «...брендинг – постоянно развивающаяся деятельность, отсекающая конкурентов» [3, с. 13]. И действительно сегодня недостаточно только создать бренд и активно позиционировать его на рынке товаров и услуг, важно уметь защитить себя от возможных рисков и угроз со стороны недобросовестных конкурентов, сохранить имидж компании. Заслуживает внимания взгляд на брендинг как «...деятельность по формированию и развитию бренда» [4, с. 103].

Сложно не согласиться с приведенными определениями, они, на наш взгляд, вполне справедливы и представляют собой в совокупности возможные технологии управления процессом формирования, развития и продвижения бренда.

Эффективная реализация брендинга – дело отнюдь не простое. Ее результативность зависит не только от профессиональных знаний и предпринимательской культуры рекламодателя и рекламного агентства, с которым он сотрудничает, но и от их умения работать с законодательными документами, интеллектуальной собственностью, товарными знаками, дизайном, текстами и т.д. То есть брендами необходимо управлять. На наш взгляд, необходимо формировать модель управления брендами в рамках ТС, опирающуюся на дальнейшее укрепление и развитие национальных брендов.

Участники Таможенного союза являются друг для друга важными геоэкономическими партнерами, и их взаимные внешнеэкономические связи характеризуются высокими темпами роста. Общий объем внешней торговли стран ТС и ЕЭП за одиннадцать месяцев 2013 года составил 844,6 млрд. долларов США.

В том числе экспорт – 531,9 млрд., а импорт – 312,7 млрд. Превышение экспорта над импортом составило 219,2 млрд. долл. То есть государства ТС имеют положительный торговый баланс с внешним миром, что обеспечивает их экономическую стабильность, налоговые поступления и сбалансированность бюджетов [5].

Широкие возможности открыты и для бизнеса. Речь идет о новых динамичных рынках, где действуют единые стандарты и требования к товарам и услугам, причем в большинстве случаев унифицированные с товарами европейскими. Естественно, чтобы закрепиться на таком огромном и открытом рынке, бизнесу предстоит еще с большим рвением работать над своей эффективностью, снижать издержки, вкладывать ресурсы в модернизацию. Потребители от этого только выиграют.

Вместе с тем мы должны говорить и о начале настоящей «конкуренции юрисдикций», о борьбе за предпринимателя. Ведь каждый российский, казахстанский, белорусский бизнесмен получил право выбирать – в какой из трех стран ему регистрировать свою фирму, где вести дела, где заниматься таможенным оформлением грузов. Это серьезный стимул для национальных бюрократий заняться совершенствованием рыночных институтов, административных процедур, улучшением делового и инвестиционного климата не только внутри каждой из стран-участниц ТС, но и в целом в ТС. Следовательно, необходимо и дальше работать над устранением тех "узких мест" и пробелов, до которых прежде не доходили руки, совершенствовать законодательство в соответствии с лучшей мировой и европейской практикой работы подобных объединений стран. Одной из таких «узких», но решаемых проблем является проблема управления брендами предприятий и товаров членов ТС, проблема правовой поддержки и защиты брендов.

В настоящее время в каждой их стран ТС существуют свои структурные органы, свои нормы, правила и модели управления созданием, регистрацией и продвижением брендов. Мы считаем, что пришло время выработать единый механизм управления, создать равные правовые условия.

Впервые о существующих проблемах открыто было заявлено на Первой международной научно-практической конференции, проведенной в декабре 2011 года в городе Минске. В частности, было отмечено, что продвижение брендов товаров и услуг отечественного производства на внутреннем и внешних рынках сталкивается в настоящее время с рядом существенных препятствий, к которым относятся:

- отсутствие эффективных механизмов координации деятельности в области продвижения брендов, механизмов целенаправленного формирования позитивного странового имиджа, мониторинга его состояния, предупреждения и предотвращения рисков его ухудшения;
- дефицит преимуществ в кадровом и научном обеспечении брендинга;
- проигрыш в конкуренции отечественной продукции при сравнимом качестве;

- недостаток опыта продвижения коллективных и региональных брендов в деятельности органов исполнительной власти субъектов страны и объединений предпринимателей.

Участники конференции выразили сожаление по поводу неучастия в конференции представителей Содружества «РусБренд» и Казахской ассоциации владельцев товарных знаков [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что организации-координаторы внутри республик в 2011 году работали каждая сама по себе. Отсутствовало стремление к объединению и обмену опытом. В странах ТС были и другие проблемы. Так, в Белоруссии в то время не было зарегистрировано ни одного национального бренда. Между тем, белорусские производители активно регистрировали по всему миру свои собственные товарные знаки. Только в Российской Федерации было зарегистрировано порядка 1400 действующих белорусских товарных знаков. В 2011 году предприятия Министерства промышленности подали 32 заявки на регистрацию своих товарных знаков в России и 17 – в Казахстане. В целом же проблема защиты брендов после образования ТС стала для стран его участников особенно актуальной. До сих пор защита прав производителя, в том числе на товарные знаки, осуществляется за рубежом в рамках торговых домов, представительств, совместных предприятий. Либо производители должны самостоятельно отслеживать все нарушения. Государственные органы на территории стран Таможенного союза обладают минимумом полномочий в данном деле и не могут напрямую защищать права производителей. Они вправе оказывать лишь консультационную и координационную деятельность. Тем временем подделка продукции за рубежом имеет место [7].

На рынке Казахстана сформировалось уже достаточно большое количество брендов, имеющих свои отличительные узнаваемые и продаваемые черты. Например, КазКом (Казкоммерцбанк), ЦинКаз (томатная паста), ФудМастер (молочная продукция), Тургенские вина, Бахус, Рахат (конфеты), Беккер (мясная продукция), Эйр Астана (авиаперевозки) и многие другие. Инвестиционная привлекательность Казахстана и, следовательно, рост присутствия иностранных компаний и создания новых отечественных привели к появлению на рынке все новых торговых марок. В республике, по мнению экспертов, наблюдается ряд положительных тенденций, которые позволят более успешно раскручивать бренды отечественных компаний. Если раньше потребитель преклонялся, прежде всего, перед западным брендом, то сейчас это соотношение кардинально меняется. Сегодня основополагающим является, прежде всего, качество продукции. В Казахстане есть ряд брендов, которые доказали свою состоятельность не только на внутреннем рынке, но и за его пределами. Компания «Brand Finance», специализирующаяся на оценке мировых брендов, опубликовала рейтинг самых дорогих банковских брендов мира. Среди 500 имен здесь мы видим три казахстанских банка – Казкоммерцбанк, Народный сберегательный Банк Казахстана (НСБК) и БТА Банк. Россия представлена в данном рейтинге 9 банками, лидером группы является Сбербанк, занимающий 15 строчку рейтинга. Однако дальше мы пока не продвинулись.

Имеет место необходимость создания дополнительных льготных условий для отечественных брендов. Так как без брендинга в принципе невозможно развитие внутреннего рынка как страны, так и сформированного рынка ТС. Достаточно много случаев, когда многие отечественные производители ставят на своих товарах Made in China. Налоговая система недостаточно либеральна для отечественных производителей, чтобы они смогли выйти из тени. Парадокс, но сегодня им материально выгоднее представлять свою продукцию как импортную и контрабандную.

Благоприятные предпосылки для создания брендов все больше складываются естественным путем. Вместе с тем в этом вопросе требуется большего участия государства. Например, сегодня главная проблема для казахстанских производителей – очень большая территория и сравнительно небольшое население. Чтобы развивать собственное производство и сделать его прибыльным, необходимы долгосрочные инвестиции. В данном аспекте можно констатировать положительные тенденции, но нельзя признать, что они достаточно хороши. Очень наглядно это отражает программа АТФ-банка и Казахстанской франчайзинговой ассоциации по кредитованию приобретения франшизы. Банк совместно с ассоциацией кредитует покупку зарубежных брендов казахстанскими компаниями. Вместе с тем инициаторы данной программы, в частности, признаются, что кредитование покупки или приобретение казахстанской торговой марки гораздо сложнее. В целом это достаточно объективно отражает пока еще слабое доверие к отечественным торговым маркам со стороны, в частности, финансовых институтов. Такая же ситуация сложилась и в других странах ТС. Для улучшения существующих условий прежде всего необходимо введение налоговых льгот для производителей стран ТС, а также ряд других льгот и субсидий в пока еще слабо развитые секторы экономики.

Китай, например, не облагает таможенными пошлинами высокотехнологичное или производственное оборудование. Неплохо бы подобные "по послабления" создать и для отечественных производителей стран ТС, особенно на стадии становления. Необходимо усовершенствовать систему государственного регулирования. Нездоровые проявления командно-административных методов управления по-прежнему свойственны экономикам стран ТС. Это, пожалуй, главный бич бизнеса: госорганы зачастую уделяют слишком много внимания частному капиталу, особенно на местах, в регионах, где наблюдается негативное воздействие данного фактора.

Так как проводником любых брендов являются прежде всего СМИ, возможно, стоит создать более благоприятные опять же налоговые условия для масс-медиа, которые рекламируют торговые марки отечественных предпринимателей. В свою очередь СМИ смогут размещать рекламу той или иной торговой марки по более низкому тарифу. Иначе в раскрутке бренда местные компании изначально поставлены в неравные условия с известными, а значит, более богатыми зарубежными компаниями.

Есть общеизвестное выражение: «Сначала ты работаешь на имидж, потом имидж работает на тебя». Все это в полной мере относится и к раскрутке торговой марки. Вместе с тем на Западе есть такие компании, которые производят

так называемую «белую продукцию», попросту не брендированую. На упаковке просто пишется "мука" или "сахар". Но зато они экономят на рекламе, доставке, упаковке, различных акциях.

Но бренд на самом деле довольно благодарная вещь, так как является еще одним способом повысить цену на свою продукцию. За счет того, что компания добились такого уровня, когда можно предлагать обществу добавленную стоимость в виде гарантированного стандартного качественного продукта. И здесь немаловажную роль играет методика оценки бренда.

По нашему мнению, оценку бренда необходимо проводить раз в год. Кривая стоимости торговой марки может колебаться. В процессе запуска бренда мониторинг должен проводиться раз в месяц. В том случае, если стоимость бренда превышает стоимость самой компании, это может означать, что компания не использует на полную мощность свои возможности, и значит, что здесь есть проблемы в управлении, в том числе в бренд-менеджменте. Когда компания понимает всю ценность своего бренда, но не может выразить это в конкретных цифрах, ей в этом должны помочь специалисты.

В странах ТС после длительных исследований оптимальное решение было найдено. С начала 2010 года агентство MPP Consulting внедрило долгосрочный проект оценки национальных брендов, в рамках которого в 2011 году впервые и создан рейтинг самых дорогих брендов России, Казахстана и Белоруссии.

Как отмечают составители списка, методика расчета стоимости бренда основана на оценке финансовых составляющих деятельности компаний, а также учитывает ряд факторов, максимально отображающих рыночные условия, в которых существует бренд, возможные угрозы и перспективы развития бренда и соответствующих отраслей.

Формула расчета стоимости бренда (V) выглядит следующим образом:

$$V = F_c * (I_q * G_q * T_q * C_q) * U_{id} \quad (1)$$

где F_c – композитный финансовый показатель;

I_q – инвестиционный коэффициент;

G_q – географический коэффициент;

T_q – технологический коэффициент;

C_q – конкурентный коэффициент;

U_{id} – уникальный идентификатор.

Самым важным моментом в специфике рейтинга является то, что рассчитываемая стоимость бренда включает в себя исключительно стоимость торговой марки (имени) без учета производственных мощностей, инфраструктуры компании, патентов, изобретений и других материальных или интеллектуальных ценностей [8].

Анализ листинга стран Таможенного союза позволяет нам отметить, что в рейтинг вошли бренды исключительно по географической принадлежности брендов к Казахстану, России и Белоруссии.

Проведем отраслевой сравнительный анализ листинга брендов компаний, проведенного в 2011 и 2012 году компанией «MPP Consulting» для всех стран Таможенного союза (таблица 1).

Таблица 1

Отраслевой анализ листингов брендов стран-участниц ТС

Страна ТС		Россия		Казахстан		Белоруссия		Итого	
Год проведения листинга		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Количество брендов в листинге		100	100	50	50	100	100	250	250
Отрасли промышленности или услуг (количество / % от количества участников)	Пищевая промышленность	45	41	26	28	47	51	118	120
		45	41	52	28	47	51	47,2	48
	Химическая промышленность	2	1	-	-	1	2	3	3
		2	1	-	-	1	2	1,2	1,2
	Топливо и энергетика	5	4	4	3	2	2	11	9
		5	4	8	6	2	2	4,4	3,8
	Легкая промышленность	-	3	-	-	9	9	9	12
		-	3	-	-	9	9	3,6	4,8
	Строительство и стройиндустрия	-	-	1	1	7	5	8	6
		-	-	2	2	7	5	3,2	2,4
	Электроника и оборудование	-	-	-	-	3	3	3	3
		-	-	-	-	3	3	1,2	1,2
	Транспорт и машиностроение	5	5	-	1	4	3	9	9
		5	5	-	2	4	3	3,6	3,6
	Металлургия	1/1	-	-	-	-	-	0,04	-
		1	-	-	-	-	-	0,04	-
	Телекоммуникация	12	8	3	5	5	5	20	18
		12	8	6	10	5	5	8	7,2
	Банковские и финансовые услуги	5	6	7	7	6	6	18	19
5		6	14	14	6	6	7,2	7,6	
Прочие услуги	30	28	9	5	16	14	50	47	
	30	28	18	10	16	14	20	18,8	

Анализ автора по результатам Листинга 2011 и 2012 г., проведенного компанией «MPP Consulting» <http://mppconsulting.com.ua/>

Промышленный сектор представлен в листинге брендов наиболее широко предприятиями такой отрасли, как пищевая промышленность – 48 %. Среди стран-участниц союза этот показатель примерно одинаков. Топливная и энергетическая промышленность представлена одиннадцатью предприятиями, составляющими в общей массе брендов 4,4%. Среди них большая часть принадлежит Казахстану и России. Так, среди Казахских предприятий, попавших в листинг, КазМунайгаз, Sinooil, Helios, Royal Petrol. Среди российских предприятий – Лукойл, ТНК, Газпром, Роснефть, Татнефть. Белорусские компании представлены компаниями А-100 и Нафтан. Среди металлургических компаний

представлен только один российский бренд – Северсталь. Нишу транспорта и машиностроения (3,6%) заняли Российские (Аэрофлот, Трансаэро, Лада, S7, КАМАЗ) и Белорусские (МАЗ, Беларус, БелАЗ, Belavia) компании. Легкая промышленность (3,6%), а также электроника и оборудование (1,2%) в листинге представлены только компаниями Белоруссии. Три компании Белоруссии и России позиционируют себя как представители химической отрасли (бытовая химия).

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что в листинге участвуют не все компании – это с одной стороны. С другой стороны, промышленный сектор представлен слабо. Листинг позволяет увидеть и обозначить основные проблемы брендинга.

Так, в листинге мы видим 50 компаний Казахстана. Между тем в республике зарегистрировано свыше полумиллиона компаний и фирм, среди которых можно насчитать порядка 50-100 компаний с броским, ярким именем на рынке, которые могли бы потенциально войти в листинг казахстанских брендов. Например, в листинге отсутствуют Казахские компании легкой, горнодобывающей, металлургической, атомной промышленности. Не представлено и машиностроение. Бренды этих отраслей слабо разработаны или не разрабатывались вообще.

Также сегодня Казахстану нужны общие национальные бренды по зерну, некоторым видам плодовоовощной продукции, по рыбной продукции, шерсти, хлопку и т.д. Такие бренды уже намечаются, но не приобрели соответствующую форму. Уже сформировались торговые марки в области горнорудной, металлургической промышленности. Дело осталось за малым – зарегистрировать их как бренды.

Другая проблема. Абсолютно все участники Листинга имеют четкое понимание необходимости обладать сильным и дорогим брендом. Однако технологии и подходы к развитию и управлению брендом в компаниях различаются, возможно, в результате действия некоторых стереотипов. Главный из них – сужение бренда к маркетинговой категории или даже еще уже – к «пиаровской» или рекламной. Часто бренд отождествляется с узнаваемостью или престижем/статусом (дороговизной продукта). Вместе с тем именно брендинг, отвечающий за последовательность, интегрированность и соответствие друг другу всего маркетингового микса (place, price, product, promotion) сервиса и производства, позволяет управлять всем бизнесом и управлять на новом уровне.

Брендинг обнажает взаимозависимость всех его элементов. В этом смысле – ежегодное участие в Листинге реально повышает фокус на брендинге, интеграции всех элементов стратегического менеджмента компании. Исключительно важно, что компании могут на цифрах замерять эффект предпринятых усилий за год.

Подобные выводы были сделаны и для России, и для Белоруссии. На наш взгляд, этот имеющийся опыт можно обобщить и адаптировать к ЕЭП. Формула оценки брендов уже существует и апробирована на практике, однако она вполне может быть обсуждена, изменена и адаптирована к ТС. Назрела необходимость создания в рамках ТС рейтингового агентства.

Можно сделать и другие выводы. Например, в Казахстане нет компаний, имеющих потенциал превращения в крупный глобальный бренд. В связи с чем нужна поддержка не только руководства страны, но и руководства ТС производителям продвигать свою продукцию на внешних рынках.

Очень важно, чтобы три страны ТС работали в новом едином правовом формате по охране товарных знаков, был создан единый механизм регистрации брендов, для чего должно существовать единое ведомство по регистрации товарных знаков.

Страны ТС должны унифицировать законодательство для защиты своих брендов. Единый механизм необходимо выработать в борьбе с контрафактной продукцией. Так, в каждой из трех стран даже само понятие «контрафакт» трактуется по-разному.

Серьезной заявкой для решения вышеизложенных и других имеющихся проблем брендинга стали два прошедших друг за другом в Казахстане мероприятия. 20 мая 2013 года состоялась II-я международная научно-практическая конференция «Защита брендов в Таможенном союзе: имидж компании – имидж страны». Резолюция данного форума – это практически выстроенная программа развития брендинга в ТС [8].

18 июня в г. Алматы состоялась международная конференция на тему: «Актуальные вопросы защиты прав владельцев товарных знаков, субъектов таможенного союза». Основной задачей Конференции стало обсуждение актуальных вопросов защиты прав отечественных и иностранных производителей и их представителей на территории Республики Казахстан в рамках ТС, пути и проблемы решения данных вопросов.

В работе конференции приняли участие представители государственных, таможенных, правоохранительных органов, судов, а также правообладатели, представители бизнеса стран-участниц ТС, Киргизии, Китая, международные эксперты и представители международных организаций.

Таким образом, проблемы брендинга в ТС есть, их много, но они решаемы и постепенно решаются. Содружество стало больше уделять этому важнейшему направлению внимания, и есть надежда на то, что бренды стран ТС будут в ближайшем будущем более широко представлены на международных рынках.

Библиографический список

1. Брендинг в управлении маркетингом/ Н.К. Моисеева [и др.]; под ред. Н.К. Моисеевой. – 2-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2006. – 336с.
2. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент/ Пер.с англ. Под.ред. С.Г. Божжук. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 288с.
3. Брендинг: учебник [Электронный ресурс]; Региональный финансово-экономический инс-т. – Курск 2011. – 335 с.
4. Макашев М.О. Бренд: Учеб.пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 207 с.
5. Таможенный союз: экономические итоги – 2013 / Интернет-ресурс – Режим доступа: <http://eurasian.su/news/tamozhennyu-soyuz-ekonomiches-kie-itogi-2013>

6. Резолюция по итогам I-й Международной научно-практической конференции/ Интернет-ресурс – Режим доступа: <http://belbrand.by/novosti/novosti-assotsiatsii/rezolyutsiya-po-itogam-i-oy-mezhdunarodnoy-nauchno-prakti-cheskoy-konferentsii/>

7. Сирота В. Проблемы национальных брендов Белоруссии/ Интернет-ресурс – Режим доступа: <http://marketing.by/main/school/personally/0055343/>

8. О рейтинге «КазБренд»/ Интернет-ресурс – Режим доступа: www/mppconsulting.com.ua

9. Резолюция по итогам 2-й Международной научно-практической конференции / Интернет-ресурс – Режим доступа: <http://belbrand.by/novosti/novosti-assotsiatsii/rezolyutsiya-po-itogam-ii-mezhdunarodnoy-nauchno-praktiches-koy-konferentsii/>

ББК 502.131

«ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА»: ПРИОРИТЕТЫ И ОСОБЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

И.Н. Сычева, Е.С. Пермякова

*ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова»,*

Восточно-Казахстанский технический университет, г. Усть-Каменогорск

В настоящее время в обществе и бизнес-среде все чаще употребляется выражение «зеленая» экономика. Проблемы, пути развития, инновационные подходы к «чистым технологиям» регулярно обсуждаются на всемирных, международных экономических, экологических, инвестиционных форумах. Однако суть понятия «зеленая» экономика понимается по-разному.

С одной точки зрения, это новые отрасли экономики, которые способствуют улучшению природы страны. С другой, - это новые технологии, своего рода экосистемы, которые призваны помогать и приносить пользу природе. Третьи считают, что это переход на новый этап развития, целью которого является создание экологически чистых продуктов.

Все эти подходы к определению данного понятия очень близки и должны, в конечном итоге, рассматриваться комплексно. «Зеленая» экономика - это экономика, направленная на сохранение благополучия общества, за счет эффективного использования природных ресурсов, а также обеспечивающая возвращение продуктов конечного пользования в производственный цикл. В первую очередь, «зеленая» экономика направлена на экономное потребление тех ресурсов, которые в настоящее время подвержены истощению (полезные ископаемые – нефть, газ) и рациональное использование неисчерпаемых ресурсов.

В основе «зеленой» экономики – чистые или «зеленые» технологии. По словам специалистов, развитие «зеленой» экономики позволит избежать государствам и регионам экологического кризиса, который затронул своими масштабами уже многие постиндустриальные страны.

В этой связи перед Казахстаном и Россией, как и перед всем миром, стоят новые вызовы. Этим определяется необходимость модернизации экономики, конечной целью которой, помимо экономического роста и конкурентоспособности, является улучшение условий жизни населения и обеспечение благоприятных условий для будущих поколений. Достижение поставленной цели сегодня возможно только при условии обеспечения устойчивого развития на основе принципов «зеленой» экономики.

В Казахстане необходимость экологизации производства и потребления исходит из понимания того, что экология сегодня – это экономика. Колебания экономического роста в настоящее время непосредственно связаны с уровнем загрязнения и деградации среды, истощением природных ресурсов, нарушением баланса биосферы, изменением климата, что влияет на здоровье, трудоспособность населения и возможности его дальнейшего развития. Все это определяет суть модернизации как обеспечение технологического прогресса для экономического развития и поддержания благоприятной окружающей природной среды.

В мировом экономическом сообществе данная задача озвучена как реализация принципа «декаплинга», то есть удовлетворения растущих потребностей при минимизации обеднения природного капитала, что предполагает снижение энергоемкости и природоемкости для достижения экономического роста, широкое использование возобновляемых источников энергии, модернизацию производства на основе инноваций. Именно эти направления определяют сегодня приоритеты развития экономики страны.

Согласно мнениям специалистов Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП), «зеленая» экономика определяется как экономика, которая повышает благосостояние людей и обеспечивает социальную справедливость и при этом существенно снижает риски для окружающей среды и ее деградации. Важными чертами такой экономики являются: эффективное использование природных ресурсов; сохранение и увеличение природного капитала; уменьшение загрязнения; низкие углеродные выбросы; предотвращение утраты экосистемных услуг и биоразнообразия; рост доходов и занятости. Зеленая экономика рассматривается в контексте борьбы с глобальным изменением климата и перспективного направления выхода из финансово-экономического кризиса. Приоритетной чертой ее роста является радикальное повышение энергоэффективности. В связи с этим широкое распространение получил термин «низкоуглеродная» экономика. Концепция «зеленой» экономики не заменяет собой концепцию устойчивого развития. Однако сейчас все более широко признается тот факт, что достижение устойчивости во многом зависит от «озеленения» экономики [4].

Предлагается мобилизовать и перестроить глобальную экономику в направлении увеличения инвестиций в чистые технологии и «природную» инфраструктуру, стимулировать экологизацию экономики, избежать катастрофических последствий глобального изменения климата. Реализация нового «зеленого» курса предполагает минимизацию использования невозобновимых полезных ископаемых для производства электроэнергии за счет инвестиций в воз-

обновляемые энергоносители, а также обязательность энергосбережения. Все эти мероприятия позволят снизить спрос и затраты на энергию, а также ее стоимость. По оценкам ЮНЕП, достаточно 2% мирового ВВП в «озеленение» 10 секторов для изменения характера мирового развития, снижения выбросов парниковых газов и эффективного использования ресурсов. Многие страны сегодня реализуют антикризисные программы на основе учетов принципов «зеленой» экономики [1].

Новые возможности открываются в результате начавшегося в мире процесса «Рио +20» к Всемирной конференции ООН по устойчивому развитию в 2012 году. После прошедшего Саммита «РИО +20» Президент Республики Казахстан определил «зеленому» развитию экономики высокий приоритет как одному из первостепенных факторов на пути дальнейшего развития страны.

По инициативе Президента Н.А. Назарбаева была разработана Концепция по переходу к «зеленой» экономике. В первую очередь, в Концепции представлен перечень приоритетных задач, главным образом нацеленных на реформирование определенных отраслей экономики.

В рамках перехода к «зеленой» экономике предполагается:

- повысить эффективность ресурсов;
- усовершенствовать казахстанскую инфраструктуру;
- улучшить благосостояние населения.

Реализация Концепции планируется в три этапа:

– первый этап - 2013–2020 гг. – оптимизация использования ресурсов и повышение эффективности природоохранной деятельности, а также создание «зеленой» инфраструктуры;

– второй этап - 2020–2030 гг. – рациональное использование природных ресурсов, внедрение возобновляемой энергетики на базе высоких технологий;

– третий этап - 2030–2050 гг. – переход национальной экономики на принципы «третьей промышленной революции», в основу которой положено использование природных ресурсов в случае их возобновляемости.

Кроме того, в концепции определено семь ключевых направлений развития «зеленой» экономики Казахстана.

Первое направление - внедрение возобновляемых источников энергии.

Огромные масштабы приобретает вопрос о дальнейшем сохранении полезных ископаемых. Казахстан признан страной с очень богатыми природными ресурсами. Нефть, газ – во всем мире классифицируют как один из крупнейших энергетических ресурсов, но даже они в свое время исчерпываются, а значит, необходимо находить новые ресурсы для жизни. При этом тот факт, что Казахстан обладает наличием хорошей экосистемы, почвой, водой и лесом, значительно повышает его позиции перед другими странами.

Второе направление - энергоэффективность в жилищно–коммунальном хозяйстве.

Значительная часть жилых комплексов страны оборудованы неэффективными теплоизоляционными конструкциями и системами теплоснабжения, что приводит к значительным тепловым потерям. В настоящее время в Казахстане

действуют энергосервисные компании, призванные осуществлять мероприятия в области устранения неполадок работ приборов теплоснабжения.

Третье направление – органическое земледелие в сельском хозяйстве.

В первую очередь, данный вид направления рассматривает отказ от синтетических продуктов удобрения (пестициды), различных кормовых добавок. Речь идет об использовании органических удобрений для обеспечения урожайности, роста культурных растений. «Озеленение» сельского хозяйства позволит обеспечить продовольствие населению, не нанося вред при этом природным ресурсам. Казахстан планирует действовать по следующим направлениям:

- управление плодородием почв;
- эффективное использование воды;
- управление здоровьем растений и животных;
- механизация ферм.

Четвертое направление – совершенствование системы управления отходами.

Особую популярность приобрела проблема управления отходами. В настоящее время слабо контролируются грязные улицы и свалки. В связи со сложившимися обстоятельствами предложено использовать отходы как вторичный продукт производственного цикла.

Пятое направление – совершенствование системы управления водными ресурсами.

Вода остается ключевым природным компонентом обеспечения существования человечества и целостности экосистем. В связи с этим, рациональное использование водных ресурсов остается проблемой, приобретающей огромные масштабы.

Шестое направление – развитие «чистого» транспорта.

Большинство перевозок в Казахстане проводится на бензине или дизеле, что способствует высокому выбросу парниковых газов.

Седьмое направление – сохранение и эффективное управление экосистемами.

Деятельность в данном направлении главным образом направлена на сохранение уникального природного богатства нашей страны.

Предполагается, что реализация данных направлений развития «зеленой» экономики принесет преимущества для страны и обеспечит:

- рост внутреннего валового продукта;
- увеличение доходов страны;
- создание рабочих мест для населения, уменьшения показателя безработицы в стране.

В конечном итоге, в рамках программы развития «зеленой» экономики, Казахстан планирует инвестировать средства в 10 ключевых секторов экономики: сельское хозяйство, жилищно-коммунальное хозяйство, энергетика, рыболовство, лесное хозяйство, промышленность, туризм, транспорт, утилизация и переработка отходов, управление водными ресурсами.

Переходу к «зеленой» экономике в Казахстане будет способствовать создание соответствующих организаций.

1. Академия «зеленого» бизнеса.

Целью работы Академии будет разработка программ, проектов и обучающих курсов для устойчивого развития политики в области сбережения природных и иных ресурсов. В Академии планируется проведение онлайн – семинаров, применение инновационных методов. Онлайн-семинары Академии нацелены на диалог между экспертами/специалистами в области охраны окружающей среды, а также построение стратегии «зеленого» роста. Обширная библиотека курсов и новейшие электронные ресурсы по теме «зеленый» рост и устойчивое развитие будут доступны для всех студентов.

Академия «зеленого» бизнеса поможет подготовить более опытную профессиональную рабочую силу, которая будет в состоянии реализовывать стратегии устойчивого развития, особенно в области комплексного использования природных ресурсов, практики, более приверженные социальным потребностям и проблемам.

2. Программа партнерства «Зеленый мост».

Программа предполагает совместные действия государств, международных, научных организаций и бизнеса по созданию или развитию новых отраслей «зеленого» бизнеса путем реализации инвестиционных проектов, реформирования политик.

Задачей программы является связь между многими процессами и создание нового уровня партнерства - не только между странами и регионами, но и между государством и бизнесом.

Суть «Зеленого моста» – «озеленение» экономики, через развитие новых отраслей «зеленого» бизнеса и создание для него долгосрочной и стабильной основы.

«Зеленый мост» предлагает новый механизм оплаты за новейшие зеленые технологии - создание благоприятных условий для зеленого бизнеса.

3. Общественное движение «Сохраним природу вместе».

В основе данного движения лежит убеждение: пока государственные власти ведут активную политику в области перехода к «зеленой» экономике, население, как часть этого процесса, может уже сейчас начать делать шаги к созданию «чистого» будущего. И хотя, по убеждению многих, их вклад слишком мал и ничего не значит, каждый из нас может внести свою лепту в дело охраны окружающей среды.

«Зеленая» экономика предполагает осознание необходимости такого пути развития и определенные экономические возможности для его реализации. Ряд развитых стран активно включились в процесс после Конференции в Рио-де-Жанейро в 1992 году. Вместе с тем, многие страны, всецело сконцентрированные на обеспечении экономического роста для решения крайне острых социальных проблем, не смогли откликнуться на этот призыв мирового сообщества. При всей актуальности идей устойчивого развития продвижение в этом направлении могут обеспечить страны лишь с достаточно развитой экономикой. Под-

ключение других стран возможно по мере их роста и при поддержке со стороны развитых стран.

Россия сегодня среди стран, для которых данная задача особенно актуальна. Основанием этому служат стабильный экономический рост, богатые природные ресурсы, поиск оптимального пути развития. Приоритеты страны в инновационной политике, энергоэффективности, модернизации экономики в соответствии с современными требованиями естественным образом определяют движение в направлении зеленой экономики и устойчивого развития.

Россия, совместно с другими странами БРИКС, могла бы выступить в качестве лидера движения в направлении устойчивого развития.

Успех в распространении идей устойчивого развития на основе «зеленой» экономики и обеспечении активного участия в процессе предполагает их адаптацию с учетом специфики каждой страны. Сами представления об устойчивом развитии и «зеленой» экономике, путях ее формирования различны у разных стран и, несомненно, будут меняться в будущем. На международном уровне это предполагает партнерство представителей различных стран.

На национальном уровне необходима оценка успехов и проблем на пути обеспечения устойчивого развития. Применительно к России, большое значение имеет обобщение богатого регионального опыта. В этом направлении гражданское общество могло бы выступить в качестве инициатора процесса, который после проведения необходимых оценок и определения приоритетов действий мог бы продемонстрировать заинтересованность населения и делегировать власти обеспечение активного участия страны в продвижении мирового сообщества в направлении устойчивого развития на основе «зеленой» экономики.

Важнейшим аргументом в пользу такого пути развития является то, что Россия обладает огромными ресурсами для перехода к «зеленой» экономике: человеческими, материальными, технологическими и природными. Природа является важнейшей частью богатства страны. По оценкам Всемирного Банка, доля природного капитала в структуре национального богатства России составляет около 70%, в то время как на человеческий капитал приходится 20% и на физический – 10% богатства. Огромный природно-ресурсный потенциал России имеет глобальное значение. Недра страны содержат значительную долю мировых запасов и практически все виды полезных ископаемых: топливно-энергетические (нефть, газ, уран, уголь); черные металлы (руды железа, марганца, титана, хрома); цветные и редкие металлы (никель, медь, свинец, цинк, олово, алюминий (бокситы) и др.); легирующие металлы (молибден, вольфрам, тантал, ниобий, цирконий, ванадий); алмазы и благородные металлы (золото, платиноиды); неметаллические полезные ископаемые (апатиты, фосфориды, калийные соли, плавленый шпат и др.); драгоценные камни и т.д. Россия занимает лидирующие позиции в мире по добыче газа и нефти, что позволяет говорить о стране как энергетическом доноре мира.

Гигантские запасы пресной воды, лесных ресурсов, нетронутые хозяйственной деятельностью экосистемы, огромное биоразнообразие составляют

значительную часть природного капитала России и оказывают глобальные экосистемные услуги всему миру, поддерживая устойчивость биосферы.

Природный капитал страны может играть двоякую роль для планеты. С одной стороны, российские ресурсы являются природной кладовой для развития всей мировой экономики, обеспечивая ресурсами многие страны мира. С другой стороны, большинство запасов находится на ненарушенных хозяйственной деятельностью территориях и масштабное ведение их разработки, вовлечение в экономический оборот огромных земельных участков может негативно сказаться на глобальном экологическом балансе.

Для России само понятие «зеленая экономика» является новым, и оно фактически не используется в официальных документах. Тем не менее, намеченные страной цели на ближайшие 10-20 лет во многом коррелируют с целями перехода к «зеленой» экономике. Это отражается в общей политике использования ресурсов и охраны окружающей среды на перспективу, имеющихся правовых и налоговых инструментах. Так, она из главных задач российской экономики на современном этапе, отраженная в основных документах развития страны на среднесрочную и долгосрочную перспективу, – уход от сырьевой модели экономики. Эта же задача является центральной и в концепции «зеленой» экономики. Социальные и экологические цели «зеленой» экономики в большинстве своем включены в Долгосрочную концепцию социально-экономического развития страны до 2020 года.

Важнейшая цель «зеленой» экономики – повышение энергоэффективности – также является приоритетной для России. Она присутствует в Энергетической Стратегии России до 2030 г. (2010), Указе Президента РФ «О повышении энергетической и экологической эффективности» (2008), Законе «Об энергоэффективности» (2009). Приоритеты развития для секторов «зеленой» экономики нашли свое отражение в имеющихся долгосрочных программах по отдельным ресурсам: по энергетическим ресурсам – в Энергетической стратегии до 2030 г.; по воде – в Водной стратегии РФ до 2020 г.; по земле – в Государственной программе по развитию сельского хозяйства и регулированию рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг.; по рыбе – в Концепции федеральной целевой программы «Повышение эффективности использования и развитие ресурсного потенциала рыбохозяйственного комплекса в 2009-2013 годах» (2008) и других.

Резюмируя вышесказанное, можно выделить ряд факторов, обуславливающих важную роль экосистем России в глобальном регулировании, сохранении биоразнообразия и экономических выгодах для мира.

Во-первых, в России сохранилась самая крупная в мире по площади ненарушенная хозяйственной деятельностью территория, составляющая около 60-65% площади страны. Эта территория существенно больше, чем сохранившиеся в естественном виде экосистемы в других крупнейших странах мира: Бразилии, Канаде, Австралии, США и других стран. Она является гораздо более мощным естественным регулятором глобальной среды, чем, например, огромные ненарушенные пустынные районы Австралии. В мире площади естественных экоси-

стем резко сокращаются: если в начале XX века они были разрушены на 20% суши, то теперь – на 61-63% территории.

Во-вторых, России принадлежит самый крупный среди стран мира массив лесов, составляющий 22% лесопокрытой территории планеты. Этот массив существенно влияет на источники и стоки углекислого газа и метана на планете, континентальный круговорот воды в Евразии, радиационные характеристики поверхности, видовое разнообразие.

В-третьих, важной особенностью России является большая площадь водно-болотных угодий – болот, заболоченных и переувлажненных земель. Эти угодья страны составляют около 60% от всех подобных территорий северного полушария. Водно-болотные угодья умеренного пояса служат холодными ловушками углерода, что очень важно для стабилизации климата. В бореальных водно-болотных угодьях, включая тундры Арктики, связанного углерода находится больше, чем в тропических лесах, что обусловлено очень медленным процессом распада органики по сравнению с тропическими лесами.

В-четвертых, на территории России находятся уникальные экосистемы, сохраняющие редкие виды флоры и фауны, являющиеся планетарным достоянием. Часть из них включена мировым сообществом в Список объектов Всемирного природного наследия, имеют мировой статус биосферных резерватов.

В-пятых, Россия обладает огромными запасами воды. Только в озере Байкал содержится около 20% мировой пресной воды. Для мира дефицит водных ресурсов, резкое его обострение в ближайшем будущем является острой глобальной проблемой [2].

Что касается Казахстана, направления «зеленого роста» и низкоуглеродной экономики как инструмента устойчивого развития были заложены в Стратегии развития Казахстана до 2020 г, в Государственной программе по форсированному индустриально-инновационному развитию РК (ГПФИИР), в международных инициативах Главы государства. Где отмечается, что эффективность технологий для «зеленой» экономики должна быть связана со снижением экологических и энергетических издержек в себестоимости продукции, с сокращением затрат на охрану здоровья людей и животных, с повышением работоспособности и производительности труда, увеличением туристической и инвестиционной привлекательности регионов, с возвратом в хозяйственный оборот рекультивированных земель и очищенных водоемов, увеличением переработки местного сырья, в том числе дешевого сырья из отходов, улучшением транспортной и энергетической инфраструктуры, самостоятельным энергообеспечением удаленных регионов, снижением миграции сельского населения в города, синергизмом зеленых кластерных отраслей, синергизмом технологий, улучшением кормовой базы животноводства и рыбоводства, улучшением международного разделения труда и кооперации.

В этой связи важно отметить, что Всемирная организация здравоохранения оценивает отдачу каждого доллара, инвестированного в организацию доступа к чистой воде, в 3-4 доллара, доход выражается в росте производительности труда и сокращении госрасходов на здравоохранение. То есть дотации и субсидии для поддержки устойчивой хозяйственной деятельности могут, в конечном сче-

те, окупаться, но экономический эффект должен быть рассчитан на перспективу.

В инновационных программах важно делать ставку на технологии завтрашнего дня, которые выходят на крупносерийное производство в ближайшие 2-3 года. Например, предполагается начать производство солнечных батарей с КПД 90% на основе гетерозлектрического фотоэлемента по технологии Объединенного института ядерных исследований г. Дубны на базе дешевого казахстанского кремния.

Принято считать, что около 2% от ВВП достаточно для стартового капитала в экологизацию экономики, для стимулирования новых зеленых отраслей и зеленой инфраструктуры. Так, например, годовой оборот экоиндустрии ЕС составляет 2,5 % ВВП, около 1,5% трудоустроенного населения занято в этой сфере, 25% всех инвестиций – это инвестиции в чистые технологии. В Южной Корее в 2009-2013 годах было выделено 83,6 млрд. долларов, что привело к росту производства на 140-160 млрд. долларов и обеспечило создание более 1,5 млн. рабочих мест.

Перед Казахстаном стоит задача достичь аналогичных показателей к 2020 году, тогда как в настоящее время инвестиции в «зеленую» экономику в стране составляют порядка 3,2 млрд. долларов.

Рассмотрим в рамках данной статьи наиболее перспективные отрасли для развития «зеленой» экономики.

1. Устойчивая энергетика.

При инвестиционном сценарии, согласно которому на ключевые сектора «зеленой экономики» выделяется 2% глобального валового внутреннего продукта, более половины этих инвестиций направляется на повышение эффективности использования энергии и расширение производства и использования возобновляемой энергии, включая получение биотоплива из отходов.

Казахстан, как и Россия, имеет избыточный потенциал всех видов энергии, и поэтому может достичь низкой себестоимости производства электроэнергии, тепла и топлива, а также децентрализовать энергообеспечение на основе устойчивой малой энергетике.

Инвестиции в малую энергетике быстро окупаются и повышают доступ населения к дешевой энергии.

На сегодняшний день доля возобновляемых источников энергии в общем объеме производства электроэнергии составляет 0,3%. К 2020 запланированная доля использования альтернативных источников энергии в общем объеме энергопотребления составит более 3% , к 2015- 1,5%.

Приоритетные направления: биоэнергетика, использование сжиженного природного (и в перспективе сланцевого) газа, геотермальные тепловые насосы, солнечные системы горячего водоснабжения, тепловые аккумуляторы, бесплотинные мини-ГЭС, гелионасосы, гидротараны.

2. Гидроэнергетика.

В 21 веке уже появились технологии использования малых потоков рек с расходом от одного-двух м³/сек.

Стоимость одного установленного кВт для микроГЭС снизилась до 1000 евро. В типичной малой ГЭС каждый литр в секунду (0.001 м³/с) воды, падающей с высоты 1 метр, может выработать 20 – 30 кВт·ч электроэнергии ежегодно.

Мина-ГЭС не обязательно требуют изъятия водной поверхности – получили распространение подводные мини-ГЭС в специальных скважинах. Они незаметны и не нуждаются в охране. Например, Нуриаздан Алеев из Ульяновска изобрел и успешно апробировал модель подводной ГЭС, которая не разрушает экосистем. Изобретение в конце 2003 года демонстрировалось на международной выставке в Бельгии (52-й всемирный салон инноваций, научных разработок и новых технологий «Брюссель-Эврика-2003»), где проект был награжден серебряной медалью и вызвал огромный интерес у зарубежных специалистов.

Аналогичное решение из модульных ГЭС для равнинных рек предлагает инженер Владимир Ходырев из Мурманска. Его проект не затрудняет судоходство, передвижение рыб и не зависит от ледового покрова реки зимой. Практически на каждой равнинной реке можно построить десять-двадцать подводных ГЭС мощностью от нескольких тысяч до двух-трех миллионов кВт·ч. На малых реках – в сотни мегаватт. При этом для строительства не потребуется никаких подводных работ. Единственное ограничение – место выбирается на повороте реки. Для увеличения скорости водного потока в районе подводной ГЭС до 20-30 км/ч строится «трамплин». При ширине реки 500 м можно получить мощность 2,5 миллиона кВт·ч за счет 5 тысяч генераторов по 500 кВт·ч.

Согласно оценке института «Казгидро», технически возможный к использованию гидропотенциал Казахстана равен 62 млрд. кВтч, экономический – 27 млрд. кВтч, из которых используется не более 8 млрд. кВтч в год. При этом российскими учеными предлагаются проекты бесплотинных и некапиталоемких подводных ГЭС равнинных рек. Потенциал малых ГЭС – 8,0 млрд. кВтч.

Потенциал геотермальных тепловых водных ресурсов Казахстана при использовании тепловых насосов составляет 4300 МВт.

3. Геотермальные (грунтовые) тепловые насосы («GHP») и гибридные системы.

Международное энергетическое агентство ЕИА представило Дорожную карту технологии «Энергоэффективность зданий – отопление и охлаждение». Эта карта охватывает энергоэффективные и низкоуглеродные системы отопления и охлаждения, начиная с современных дней и до 2050 года, с целью глобального снижения на 50%, по сравнению с сегодняшним уровнем, общего количества выбросов CO₂ энергетического производства. Возросшее применение тепловых насосов для отопления и подогрева воды, также как и для охлаждения, могло бы сберечь 63%, энергии затрачиваемой для этих целей. Срок окупаемости теплового насоса составляет 3-7 лет благодаря экономии 70% тепла на отоплении или энергии на охлаждение. Для установки теплового насоса производительностью 10 кВт необходима скважина или земной контур общей длиной 200-170 метров.

По прогнозам Мирового энергетического конгресса, к 2020 году доля GHP в отоплении составит 75%. В Швеции 70% отопления составляют тепловые

насосы. В строительной отрасли ЕС тепловые насосы являются ключевой технологией для достижения целей по программе Европейского союза 20/20/20, а также для возможной реализации сценария Голубой карты IEA по ограничению глобального потепления на 2 градуса. В Японии почти все воздушные кондиционеры являются частью тепловых насосов.

Потенциал геотермальных тепловых водных ресурсов Казахстана оценивается в 520 МВт (без использования тепловых насосов) или 4300 МВт (при использовании тепловых насосов). Доказанные ресурсы, пригодные для производства электроэнергии (Панфиловское поле), составляют 12 МВт для мелового водоносного горизонта. Геотермальное месторождение Капланбек (недалеко от города Чимкент), с температурой воды 80 °С, используется для теплоснабжения жилых домов. Рядом с городом Алматы геотермальный источник с температурой 80-120 °С используется для отопления теплиц зимой и кондиционирование летом. На состояние 2007 года, Казахстан не использует геотермальные ресурсы для производства электроэнергии. Наиболее перспективные геотермальные резервуары были обнаружены в меловых образованиях на юге и юго-западе Казахстана.

4. Тепловые аккумуляторы.

Снижают стоимость электроэнергии в 4 раза, экономят от 20 до 50% топлива. При использовании ночного тарифа на электричество ночью тепловой аккумулятор заряжается, используя дешевый ночной тариф электричества, а днем «отдает» накопленное тепло. Например, для дома площадью 150 кв.м, «зарядки» хватит в среднем на 10-12 часов. В летнее время тепловой аккумулятор очень интересно использовать в комплексе с солнечным коллектором. Можно также утилизировать тепло, выходящее в печную трубу. Окупаются за два отопительных сезона.

5. Солнечная энергетика.

Пассивные солнечные системы для нагрева воды, сушки материалов, охлаждения и кондиционирования воздуха, приготовления пищи, опреснения и очистки воды. Солнечные системы горячего водоснабжения с 1989 года постоянно увеличиваются приблизительно на 20% в год.

Преимущества солнечной энергетике – в близости к любому потребителю. Главные ограничения, связанные с использованием солнечной энергии, вызваны ее непостоянством: солнечные установки не работают ночью и малоэффективны в пасмурную погоду. Зимой, когда потребность в энергии особенно высока, ее выработка, наоборот, снизится в несколько раз. По причине нестабильности поступления солнечной энергии системы солнечного отопления должны работать с дополнительным резервным источником энергии или с тепловым аккумулятором. В средней полосе при сильной облачности в полдень мощность солнечного излучения, дошедшего до поверхности Земли, оценивается примерно в 100 Вт/м². В летний полдень на каждый квадратный метр, ориентированный перпендикулярно солнечным лучам, приходится поток солнечной энергии мощностью примерно 1 кВт.

Новые дома Испании с марта 2007 года, согласно стандартам, должны быть оборудованы солнечными водонагревателями, чтобы самостоятельно

обеспечивать от 30 до 70 % потребностей в горячей воде, в зависимости от места расположения дома и ожидаемого потребления воды. Нежилые здания должны иметь фотоэлектрическое оборудование.

Среди развитых стран фотоэнергетическое направление наиболее интенсивно развивается в Японии, где выпуск солнечных модулей за шесть лет увеличился более чем в 10 раз (с 35 МВт в 1997 году до 364 МВт в 2003 году), в то время как в мире за этот же период — в 6 раз (с 125,8 до 760 МВт). Одна из причин феноменального роста фотовольтаики в Японии – действующая правительственная программа «70000 фотоэлектрических крыш», предлагающая налоговые льготы и субсидии производителям солнечных батарей, монтируемых на крышах домов.

5. Ветроэнергетика.

Результаты одногодичных детальных метеорологических исследований ветрового потенциала датским исследовательским центром RISO подтвердили экстраординарные ветровые условия в Джунгарских воротах, которые определены как одни из самых лучших в мире, и как очень хорошие – в Шелекском коридоре (среднегодовая скорость ветра составляет 7 м/с, в Джунгарских Воротах около 8 м/с). Данный ветровой потенциал позволяет обеспечить высокий коэффициент использования мощности ветростанции (более 30 %). Годовое производство электроэнергии может составить для Джунгарских ворот – 4400-4500 МВт.час. Для лучших мест в Дании и Германии этот показатель составляет 3500 МВт/ч.

6. Газовая отрасль.

Очищенный природный газ, особенно сжиженный (LNG – liquefied natural gas), относится к экологически чистым источникам энергии. Утвержденные запасы газа составляют 3,7 трлн. м³, что причисляет РК к первой десятке стран отрасли. Прогнозные ресурсы газа оцениваются в 6-8 трлн. м³. Однако свободный газ содержат не более двух десятков месторождений, а сопутствующий газ целесообразно ожижать на месте.

7. Переход на сжиженный газ.

При переходе казахстанских потребителей на сжиженный газ, полученный на традиционных заводах ожижения, его цена для населения падает в три раза по сравнению с обычными газовыми баллонами сжатого газа. Необходимо развитие отраслей сжиженного природного газа и очищенного биогаза. Сжижение на автономных установках и с использованием давления газопроводов позволяет обходиться без новых газопроводов. 1 литра хватает семье на месяц. Становится высокорентабельной и несложной утилизация попутных газов нефтедобычи – позволяет на месте получить топливо [3].

Чистый СПГ не горит, сам по себе не воспламеняем и не взрывается. На открытом пространстве при нормальной температуре СПГ возвращается в газообразное состояние и быстро растворяется в воздухе. Для использования СПГ подвергается регазификации – испарению без присутствия воздуха.

В рамках Единого экономического пространства также предпринимается ряд мер по поддержке «зеленого» пути развития экономики. Так, Совет Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) одобрил временное обнуление

19% пошлины на ввоз легковых электромобилей в страны Таможенного союза (Казахстан, Россия, Белоруссия). Обнуление касается легковых автомобилей с электроприводом с числом мест до девяти, включая место водителя, и не распространяется на машины с гибридным двигателем.

Предложенное нововведение должно стимулировать спрос на электромобили и развитие инфраструктуры для них. Во второй половине 2014 года на Совете ЕЭК будет обсуждаться развитие производства этого вида техники на территории Таможенного союза. Сегодня такого предложения нет, но выгоды его очевидны, прежде всего с экологической точки зрения. Члены комиссии пояснили, что правительствам трех стран по итогам заседания совета поручено совместно с ЕЭК проработать вопрос о стимулировании производства электромобилей, комплектующих для них и создании необходимой зарядной инфраструктуры. Соответствующие предложения должны быть представлены в четвертом квартале 2014 года. По словам председателя подкомитета по стратегическим инновациям в автомобильной сфере Торгово-промышленной палаты РФ Андрея Панкова, отмена ввозных пошлин приблизит стоимость электромобиля к стоимости обычного автомобиля с двигателем внутреннего сгорания (ДВС), а также ускорит процесс формирования рынка электротранспорта в России, отметил он. По прогнозам экспертов ТПП, к 2020 году в РФ будет продаваться более 200 тысяч автомобилей в год на электротяге. В настоящее время единственным электромобилем, официально представленным на российском рынке, является Mitsubishi i-MiEV стоимостью 1,8 млн руб. Пилотный мелкосерийный выпуск электромобилей Ellada стоимостью 1,2 млн руб. летом 2012 года под заказ правительства Ставропольского края начал российский «АвтоВАЗ».

В заключение хотелось бы отметить, что успех реализации идей модернизации экономики, энергоэффективности, устойчивого развития зависит от активной позиции и личной заинтересованности каждого. Это определяет необходимость образовательной и просветительской деятельности, целенаправленной работы СМИ, социальной рекламы. Необходимо незамедлительное обеспечение экологических знаний – от обязательного предмета в общеобразовательной школе и преподавания основ представлений об устойчивом развитии в высшей школе до широкой эколого-просветительской деятельности при обязательном освещении тематики в СМИ, включая обязательные лимиты для социальной рекламы. Ключевую роль в обеспечении разворота общества в направлении устойчивого развития, формировании заинтересованности широких слоев населения играет культура, а также объекты культурного и природного наследия.

Библиографический список

1. Зеленая экономика / Оценка оценок окружающей среды Европы. – 2013. – 145 с.
2. Навстречу зеленой экономике России / Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации // Центр экологической политики России. – 2012. – 82 с.

3. Зеленая экономика – экономика будущего! / Информационный портал правительства РК. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/bus_nat_eco/ecologiya/article/green_ekonomika&lang=ru

4. Навстречу «зеленой экономике»: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности / ЮНЕП. – 2011.

ББК (УДК) 338.439

УПРАВЛЕНИЕ ФАКТОРАМИ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИМИ РАЗВИТИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА ВКО РК

*М.К.Толымгожинова, М.М. Алибаева, Г.А. Орынбекова, Л.З. Паримбекова,
Государственный Университет имени Шакарима города Семей,
Республика Казахстан*

Региональный продовольственный рынок является организационно-хозяйственной целостностью размещенных на определенной территории субъектов хозяйствования по обеспечению населения продовольствием и межрегионального обмена им. Рынок объединяет взаимодействующие подсистемы по производству сырья, переработке, хранению, транспортировке, реализации и потреблению продовольственной продукции. Функционирование регионального продовольственного рынка обусловлено во многом действиями региональных экономических условий и производственных факторов. Нами рассмотрены особенности современного состояния регионального продовольственного рынка и потребительское поведение населения в зависимости от региона проживания.

Состояние потребительского рынка реально отражает социально-экономическое положение в регионе, в развитии которого наблюдается ряд положительных тенденций: рост числа предприятий, стабильный рост оборота розничной торговли региона. За 2012 год объем розничного товарооборота составил 427,5 млрд. тенге, что в сопоставимых ценах на 18,4% больше, чем за 2011 год. Объем оптового товарооборота составил 552,2 млрд. тенге. В 2012 году объем розничного товарооборота составил 2.4 млрд. долл. США с ростом на 23,4 [1].

В 2011 году потребительские расходы на одного жителя ВКО составили 297 709 тенге, в 1,8 раза превысив показатель 2007 года, при этом больший рост расходов наблюдается в городской местности. За пять лет расходы на продовольственные товары выросли вдвое и составили 143 056 тенге, дифференциация по типу местности составила 1,6 раза в пользу расходов городских жителей. В структуре расходов на продукты питания и безалкогольные напитки выросла доля расходов на мясо и мясопродукты (+ 4,0 п.п.), масла и жиры (+ 1,1 п.п.), овощи (+ 0,7 п.п.), фрукты (+ 0,3 п.п.) и молочную продукцию (+ 0,2 п.п.). Сложившаяся ситуация обусловлена высокими темпами роста расходов на эти продукты питания, а также увеличением объемов их потребления.

Среднедушевые расходы на непродовольственные товары в бюджетах домохозяйств региона составили 82 600 тенге, или 27,7% потребительских расхо-

дов. Несмотря на рост в 1,6 раза по сравнению с 2007 годом, удельный вес их в структуре потребления снизился на 2,2 п.п., при этом менее заметно смещение в сельской местности (- 0,4 п.п.). 55,2% расходов на непродовольственные товары пришлось на покупку одежды, обуви, мебели и бытовой техники, 13,5% - товары личной гигиены, 12,0% - автотранспортные средства и ГСМ. Наибольшие темпы роста отмечены среди расходов на медикаменты и лечебное оборудование (202,6%).

Доля расходов на платные услуги в рассматриваемом периоде снизилась на 4,0 п.п., составив 24,2% потребительских расходов, или 72 053 тенге. 71,0% расходов на платные услуги связаны с оплатой коммунальных услуг, содержания и ремонта жилья, а также услуг транспорта и связи, 17,7% – услугами образования и здравоохранения. Более чем в три раза выросли расходы на оплату услуг ресторанов, кафе и аналогичных заведений, а также ремонт аудиовизуального оборудования и фотоаппаратуры [2].

Таблица 1

Потребительские расходы населения и их структура за 2011 год

	В среднем на душу							
	Потребительские расходы - всего	в том числе					Непродовольственные товары	Платные услуги
		Продовольственные товары	из них			Алкогольные напитки		
Продукты питания и безалкогольные напитки	Питание вне дома							
РК, тенге	323 536	157 013	141 738	9 414	2 786	2 625	91 981	74542
РК, %	100,0	48,5	90,3	6,0	1,8	1,7	28,4	23,1
ВКО, тенге	297 709	143 056	129 440	6 498	3 002	3 306	82 600	72 053
ВКО, %	100,0	48,1	90,5	4,5	2,1	2,3	27,7	24,2

Анализ показал, что наибольший удельный вес в структуре потребительских расходов приходится на продовольственные товары (48,1%), на непродовольственные товары – 27,7%, на платные услуги – 24,2%. Это говорит о том, что структура расходов является неудовлетворительной с точки зрения всевозрастающего потребительского спроса населения.

В сентябре 2013 года среднедушевой денежный доход населения Казахстана составил 55 292 тенге. В Восточно-Казахстанской области отмечаются высокие темпы роста реальных денежных доходов населения. Среднемесячная заработная плата достигла уровня 88037 тенге, или возросла на 7,0 % к соответствующему периоду прошлого года.

Потребительские расходы населения Восточно-Казахстанской обл. за 4 кв. 2011г.

Источник: Агентство Республики Казахстан по статистике

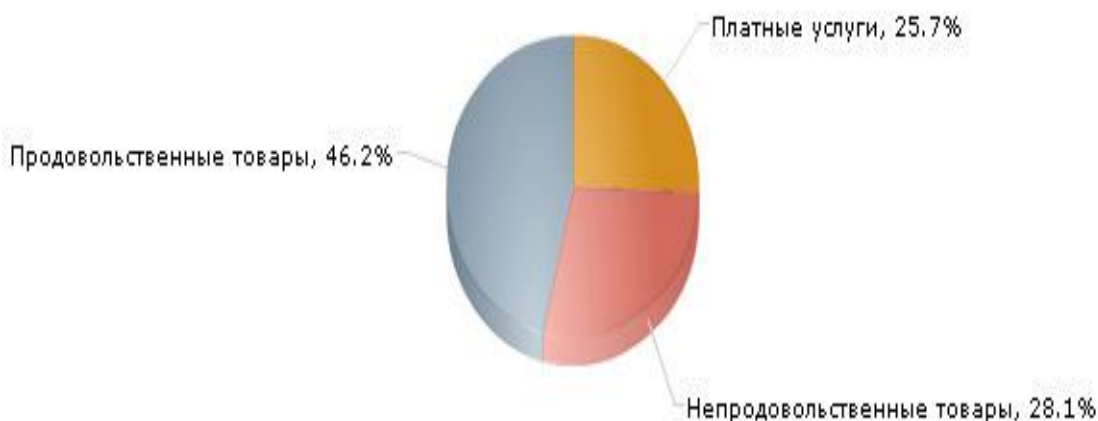


Рис.1. Структура потребительских расходов населения ВКО

Для решения проблемы обеспечения населения продовольствием и наиболее полного удовлетворения платежеспособного спроса необходимо формирование как научно обоснованной национальной политики, направленной на развитие рынка продовольствия, так и региональной продовольственной политики, выстроенной с учетом региональных особенностей производства и потребления продуктов питания. Одним из составляющей этой политики должна стать разработка модели маркетингового управления регионального продовольственного рынка, которая определяет его как систему экономических отношений между хозяйствующими субъектами по поводу распределения ресурсов и удовлетворения платежеспособных потребностей населения региона в продовольственных товарах. Система экономических отношений между субъектами хозяйствования осуществляется посредством реализации договорных связей на основе информационной обеспеченности под влиянием сложившихся условий производства, потребления, государственного регулирования и маркетингового управления. При разработке данной модели должны быть учтены современные структурные особенности регионального продовольственного рынка и изменения платежеспособного спроса на данном рынке.

Процесс разработки модели маркетингового управления региональным продовольственным рынком предполагает следующий алгоритм:

- определение сущности регионального продовольственного рынка, его места в системе общественного воспроизводства, а также сущности понятия «маркетинговое управление рынком»;
- системный анализ функционирования регионального продовольственного рынка и на этой основе определение ключевых направлений его развития;
- научное обоснование и разработка модели маркетингового управления региональным продовольственным рынком и маркетингового прогноза сбыта.

Ограничения развития регионального продовольственного рынка ВКО связаны с:

- несовершенством механизма таможенно-тарифного регулирования рынка продовольствия;

- неразвитостью инфраструктуры рынка продовольствия;
- существующей зависимостью продовольственного рынка от импортных поставок и колебаний мировых цен;
- проблемой поставок качественного сырья на переработку;
- несоответствием технических регламентов международным стандартам.

К конкурентным преимуществам регионального продовольственного рынка ВКО относятся:

- устойчивый рост рынков, обеспечивающий инвестиционную привлекательность региона;
- увеличение производственных мощностей предприятий, производящих продукты питания;
- динамичное развитие производственной инфраструктуры (вспомогательных и обслуживающих производств (тара и упаковка, логистические и маркетинговые услуги).

В зависимости от уровня государственной поддержки инновационного развития АПК региона представляется возможным прогнозировать два варианта развития продовольственного рынка (на примере аграрного рынка).

Таблица 2

Факторы, определяющие развитие агрорынка

Вид деятельности	Факторы роста (пассивный сценарий развития событий)	Дополнительные факторы роста (активный сценарий развития событий)
Аграрная сфера АПК	<p>Повышение эффективности использования имеющегося в с/х производстве потенциала.</p> <p>Продолжение гос. поддержки с/х товаропроизводителей на сложившемся уровне.</p> <p>Растущий спрос на с/х продукцию перерабатывающих предприятий и потребительского рынка.</p> <p>Продолжение институциональных и земельных преобразований.</p> <p>Привлечение квалифицированных кадров в село.</p>	<p>Развитие и совершенствование рынков сельскохозяйственной продукции и материально-технических ресурсов.</p> <p>Ускорение темпов освоения новых, соответствующих мировым стандартам технологий, завершение обновления парка сельхозтехники и оборудования в растениеводстве и животноводстве.</p> <p>Увеличение объема инвестиций в основной капитал.</p> <p>Полнота и последовательность реализации мер аграрной политики, повышение уровня государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей.</p> <p>Благоприятная мировая конъюнктура.</p>

К 2015 году прогнозируется:

- ВДС продукции сельского хозяйства - 195821 млн. тенге;
- Валовая продукция сельского хозяйства - 331,9 млрд. тенге;
- Доля экспорта продукции АПК в общем объеме экспорта, в общем объеме экспорта области – 2,3%;
- Всего экспорт области - 5171.1 млн. долл. США;
- Экспорт продукции АПК - 117,2 млн. долл. США.
- Производительность труда на 1 работника, занятого в сельском хозяйстве, тыс. тенге - 1532.5, в 2 раза.

Пассивный сценарий развития событий аграрной сферы АПК характеризуется медленным переходом от экстенсивных форм ведения сельскохозяйственного производства к интенсивным технологиям. Указанные показатели роста производства будут достигнуты в условиях недостаточно высоких темпов роста инвестиционных возможностей сельского хозяйства и, соответственно, недостаточного роста материально-технического оснащения сельскохозяйственного производства и освоения прогрессивных ресурсосберегающих технологий и решения социальных проблем села.

По активному сценарию развития событий предусматривается реализация в полном объеме мер, определенных Программой развития территории ВКО на 2011-2015 годы. Предусматривается стимулирование инвестиций в сельское хозяйство за счет повышения доступности кредитов, институтов развития, которые позволят реализовывать крупные проекты на принципах проектного финансирования, активного вовлечения финансовых институтов (Казагрофинанс и др.), кредитования под залог приобретаемой техники и оборудования, племенной продукции, объектов незавершенного строительства и других механизмов, обеспечивающих упрощение привлечения инвестиций. К 2015 году объем финансовых ресурсов по всем направлениям и сферам АПК региона за счет всех источников финансирования прогнозируется в объеме 197746,78 млн. тенге.

В структуре инвестиций по отраслям сельского хозяйства на увеличение объемов животноводческой продукции, развитие промышленного птицеводства предусмотрено – 16620,1 млн. тенге; на увеличение объемов продукции растениеводства, площади кормовых культур, широкое применение в производстве влагоресурсосберегающей технологии – 20598, 5 млн. тенге; улучшение генетического потенциала сельскохозяйственных животных и птицы – 2889,6 млн. тенге [3].

Пассивный сценарий развития событий продовольственного рынка характеризуется ростом потребительского спроса на продукты питания, невысоким уровнем конкурентоспособности отечественной продукции, средним уровнем инвестиционной активности и сравнительно высокой степенью зависимости регионального продовольственного рынка от импорта.

Таблица 3

Факторы развития пищевой промышленности

Вид деятельности	Факторы роста (пассивный сценарий развития событий)	Дополнительные факторы роста (активный сценарий развития событий)
Производство пищевых продуктов	Привлечение инвестиционных средств Рост спроса населения на продовольствие Развитие сырьевой базы Реализация мер таможенно-тарифного регулирования	Широкомасштабное применение инновационных технологий Ускорение разработки и применения технических регламентов для пищевой промышленности Расширение ассортимента выпускаемой продукции Появление или дальнейшее развитие новых рынков пищевой отрасли Интенсивная динамика производства сельскохозяйственной продукции Улучшение качественных характеристик сырья Благоприятная мировая конъюнктура

Активный сценарий развития событий ориентируется на устойчивый потребительский спрос на продовольствие, формирование новой культуры потребления, масштабный объем привлечения инвестиций, направленный на создание инновационной среды АПК региона. Для того, чтобы пассивный сценарий развития событий превратить в активный, необходимо, чтобы отечественный товаропроизводитель приобрел достаточно сильные конкурентные позиции и тем самым препятствовал росту продовольственного импорта. В результате это приведет к большей ориентации внутреннего спроса на отечественные товары и замедлению роста импорта (импортозамещению).

Рост внутреннего и внешнего спроса, прогнозируемый рост цен на продукты питания окажут стимулирующее влияние на аграрный сектор. К 2020 году регион может выйти на уровень душевого потребления основных продуктов питания, соответствующий рекомендуемой рациональной норме.

Таблица 4

Производство основных видов продукции сельского хозяйства

Наименование задач и мероприятий по их решению	2011	2012	2013	2014	2015
Животноводство					
Довести поголовье животных, до тыс. голов:	810	820	840	850	855
крупного рогатого скота, до 855 тыс. голов (2009 г. – 782,6)	2340,4	2396,3	2501,3	2611,3	2719,3
овец и коз, до 2719,3 тыс. голов (2009 г. – 2278,8)	202,7	208,5	215,7	223,2	229,5
лошадей, до 229,5 тыс. голов (2009 г. – 196,9)	87,9	88,2	90	91,5	92
свиней, до 92 тыс. голов (2009 г. – 87,4)	3 198,1	3 199,0	3 201,0	3 203,1	3 204,2
птицы, до 3204,2 тыс. голов (2009 г. - 3198,8)	810	820	840	850	855
Довести ежегодное производство продукции животноводства:					
мяса в живом весе, до 229,9 тыс. тонн (2009 г. – 197,2)	208	214	222,5	228,5	233,0
молока, до 757 тыс. тонн (2009 г. – 697,9)	714,6	725,6	742	771	810
яиц, до 348,4 млн.шт. (2009 г. - 305,4)	328,4	333,5	338,1	343,3	348,4
шерсти, до 4,89 тыс. тонн (2009 г. – 4,5)	4,51	4,6	4,7	4,79	4,89
Растениеводство					
Довести площади пашни до 1360 тыс. га (2009 г. – 1200,9)	1333,1	1340	1345	1350	1360
в том числе посевных площадей сельхозкультур – до 1250 тыс. га (2009 г. – 1132,1)	1185	1200	1210	1220,3	1250
из них:					
зерновые культуры – до 680 тыс. га (2009 г. – 566,9)	668	673	675	679	680
подсолнечник – до 235 тыс. га (2009 г. – 348,5)	229	229	235	235	235
картофель- до 25 тыс. га (2009 г. – 23,4)	24,2	24,5	24,6	24,8	25
овощи – до 9,2 тыс. га (2009 г. – 8,4)	8,8	8,8	9	9,1	9,2
бахчи – до 2,6 тыс.га (2009 г. – 2,4)	2,3	2,4	2,5	2,6	2,6

Необходимо активно формировать тенденции увеличения производства сельхозпродукции на фоне развития рынка альтернативных источников энергии. Дальнейшие перспективы развития отечественного рынка продуктов питания будут непосредственным образом зависеть от проводимой политики стран Таможенного союза в отношении увеличения или сокращения объема производства отдельных продуктов питания и возможного изменения экспортной пошлины на них.

Основные вызовы и риски устойчивого развития аграрного сектора связаны с существенным ростом внутренних цен на продовольствие. Рост цен на мировых рынках повышает ценовую конкурентоспособность отечественной сельхозпродукции, то есть вместе с финансовыми возможностями существенно снижает стимулы технологической модернизации АПК.

Дальнейшее развитие рынков продовольственных товаров просматривается в контексте роста платежеспособного спроса населения, тенденций мирового рынка и возможного усиления позиций на внешнем рынке, главным образом за счет стран приграничного сотрудничества. Существует возможность роста добавленной стоимости не за счет роста физических объемов, а за счет сдвигов в структуре производства.

Значительные возможности роста емкости регионального продовольственного рынка, подкрепляемые форсированным развитием сельскохозяйственного производства, позволят региону занять собственную нишу отечественного рынка по таким видам продукции, как подсолнечное масло, продукция мараловодства и пчеловодства, мясо КРС и МРС, колбасные изделия, мясо птицы, молочная продукция.

Реализация уникального природно-экономического потенциала региона, инновационное обновление сельскохозяйственного производства позволят ВКО войти в число лидеров продовольственного рынка страны по такому виду продукции, как продукция «экологического сельского хозяйства».

При этом в долгосрочной перспективе возможно усиление роли сельхозтоваропроизводителей, располагающих большими возможностями для концентрации производства и использования ресурсосберегающих технологий.

Для сохранения положительной динамики развития рынка продовольственных товаров и его стабильного состояния по всем основным видам продукции необходима разработка научнообоснованной стратегии, которая включала бы следующее:

- устойчивое развитие отраслей агропромышленного комплекса, рост их конкурентоспособности, обеспечение продовольственной безопасности и адаптация аграрного производства к условиям вступления во Всемирную торговую организацию;

- сохранение, рациональное использование и воспроизводство рыбных, лесных ресурсов, ресурсов животного мира, объектов природно-заповедного фонда, а также создание условий для устойчивого водообеспечения и эффективного уровня водопользования;

- создание нормальных условий жизнеобеспечения села (аула) на основе оптимизации сельского расселения, обеспечение роста потенциала сельских территорий через интегрирование программ сельского развития.

Таким образом, учитывая, что место и роль потребительского рынка продовольственных товаров определяются характером экономических отношений в регионе, дальнейшее развитие рынка возможно лишь при оптимизации использования ресурсов, повышении информационной обеспеченности субъектов рынка и применении маркетинга в процессе управления.

Библиографический список

1. Аналитическая работа «Мониторинг потребления и доходов населения в Республике Казахстан». Астана. 2012 г.
2. Статистический бюллетень «Социально-экономическое развитие ВКО», Усть-Каменогорск: Агентство Казахстана по статистике, 2013 г.
3. <http://econvko.gov.kz>

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ОЦЕНКА ГОТОВНОСТИ К ИННОВАЦИОННОЙ СТАДИИ РАЗВИТИЯ

Т.П. Черемисина

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН;
Новосибирский государственный университет*

Развитие науки и образования, формируя инновационную инфраструктуру, играет важную роль в процессе подготовки национальной экономики к переходу на инновационную стадию развития. Оценка готовности научно-образовательной сферы российской экономики проведена с использованием инструментария Индекса глобальной конкурентоспособности Мирового экономического форума.

Согласно концепции технологических укладов, вступление мировой экономики в зону турбулентного развития (переход с 1973 г. к более высоким ценам на нефть) знаменует ее переход к постиндустриальной – инновационной стадии развития.

Опыт вступивших на инновационную стадию развития экономик показывает снижение темпов их роста до 2-3% в год; старение населения и сокращение его численности; ускорение, динамизм и непредсказуемость структурных изменений в экономике (услуги вытесняют в ВВП долю промышленности); смену унификации продукции дифференциацией и индивидуализацией; обречение продуктов услугами, дорожание невозпроизводимых минеральных ресурсов и трудовых ресурсов. Экстенсивные факторы роста жестко ограничены, а главным фактором роста становятся инновации, заметно повышающие производительность, но неравномерные. Растет роль науки и образования, информатики и коммуникаций; развитие торговли и инвестиций, миграция людей и движение финансовых потоков расширяют глобализацию [1].

Новая модель экономического роста, базирующаяся на инновациях, требует качественно иного человеческого капитала – творческих и ответственных интеллектуалов, способных к созданию инноваций и не боящихся конкуренции.

Очевидно, что для создания инноваций таким людям нужны не только знания, но и свободный доступ к информации, свободный обмен идеями и знаниями, свободное общение с заинтересованным в инновациях бизнесом, потенциальными потребителями инноваций.

За годы реформ и перехода к рыночной экономике Россия резко сократила способность к производству сложной продукции, из-за неспособности занять талантливых выпускников вузов частично потеряла науку, снизила инновационный потенциал. После 2011 г. экономика заметно снизила темпы роста, в 2012 г. резко сократилась ее инвестиционная активность, существенно вырос отток капитала из страны, снизился спрос на инвестиционный (технологический) импорт, сокращается производство, падает производительность и эффективность. Сегодня одной из самых актуальных задач для России, стоящей на пороге инновационной стадии развития, является наращивание человеческого и культурного капитала за счет глубокого реформирования институтов.

Определенные шаги по решению этой задачи российским Правительством уже сделаны. Так, в апреле 2010 г. Правительством РФ было принято Постановление N 219 «О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования» [2], которое предусматривало направление на господдержку развития инновационной инфраструктуры российских вузов в 2010-12 гг по 3 млрд. руб ежегодно. По результатам конкурсного отбора вузовских программ развития инновационной инфраструктуры, включая поддержку малого инновационного предпринимательства, выделенные средства передавались победителям на реализацию своих программ.

Положение о господдержке развития инновационной инфраструктуры вузов-победителей предусматривало расходование средств на развитие объектов инновационной инфраструктуры¹⁶ и их оснащение, правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности, реализацию и разработку целевых программ подготовки и повышения квалификации кадров в сфере малого инновационного предпринимательства и разработку учебно-методологического и научно-методического обеспечения для субъектов малого и среднего предпринимательства, стажировку и повышение квалификации сотрудников вузов в сфере инновационного предпринимательства и трансфера технологий в иностранных университетах с эффективной инновационной инфраструктурой, консалтинговые услуги иностранных и российских экспертов в сфере трансфера технологий, на создание и развитие малых инновационных компаний.

Победителями 1-й очереди стали 56 университетов, в том числе 12 национальных исследовательских и 6 федеральных университетов, 2-я очередь добавила еще 22 университета.

Развитие инновационной инфраструктуры вузов в рамках реализации господдержки было нацелено на стимулирование расширения взаимодействия вуза с компаниями с государственным участие, активизацию взаимодействия вуза на

¹⁶ бизнес-инкубаторов, технопарков и технопарковых зон, инновационно-технологических центров, инженеринговых центров, центров сертификации, трансфера технологий, коллективного пользования, научно-технической информации, инновационного консалтинга и др.

электронных торговых площадках с поставщиками и потребителями товаров и услуг, создание вузом инновационного комплекса, нормативной базы инновационной деятельности вуза, консалтинга для развития малых инновационных компаний; развитие материальной базы инфраструктуры (обучение и проживание), повышение квалификации сотрудников вузов (стажировки, участие с докладами в конференциях, в т.ч. зарубежных) и пр.

В 2013 г. Правительство РФ приступило к реформированию науки, суть которого состоит в слиянии в единую Российскую Академию наук трех российских академий (РАН, РАМН и РАСХН), передаче учреждений, входящих в эти организации, – институтов, библиотек, домов ученых и прочих – в ведение созданного с целью управления имуществом академии Федерального агентства по научным организациям (ФАНО), а также изменении подхода к финансированию фундаментальных исследований – переход на гранты и государственное задание. В январе 2014 года формирование госзадания началось и для вузов, подчиняющихся Министерству образования и науки. Для оценки заявок на гранты создан Российский научный фонд. Реформа встретила серьезное сопротивление научного сообщества, ее результаты представляются неоднозначными, а их будущая оценка представляет собой самостоятельную научную задачу.

Чтобы оценить эффективность предпринятых Правительством РФ усилий, воспользуемся инструментарием известного Индекса глобальной конкурентоспособности (ИГК) Всемирного экономического форума, на основе которого в течение многих лет ежегодно строится рейтинг конкурентоспособности большого числа стран.

ИГК построен на комплексной оценке 12 ключевых факторов, определяющих возможности повышения конкурентоспособности и запуска продуктивного роста: институты, инфраструктура, макроэкономика, здоровье и базовое образование, высшее образование и профессиональная подготовка, эффективность рынка товаров, эффективность рынка труда, сложность финансового рынка, технологическая готовность, размер рынка, сложность бизнеса, инновации.

Уровень научного обоснования методологии и методики получения оценок факторов и формирования соответствующих рейтингов позволяет воспользоваться инструментарием ИГК для решения более узкой задачи – оценки готовности научно-образовательной сферы России к инновационному развитию. Для этого из ключевых факторов отберем те, которые в наибольшей степени влияют на развитие этой сферы – высшее образование и профессиональная подготовка, технологическая готовность, эффективность рынка труда, защита интеллектуальной собственности (входит в фактор институты), инновации и сложность бизнеса и проанализируем динамику их рейтингов за 2007-13 гг.

Рейтинг фактора «Высшее образование и профессиональная подготовка» строится с учетом системы базовых показателей (рис.1). Ниже показана динамика рейтинга фактора и его базовых показателей. Заметим, что рейтинг отражает место страны относительно других стран, т.е. чем выше рейтинг, тем ниже место. Именно поэтому ось рейтинга на рис. 1 имеет обратный порядок значений, говорящий о том, что нисходящий тренд свидетельствует о падении рейтинга и наоборот.

Заметим, что динамика рейтинга фактора за 7-летний период гораздо более устойчива (колебания от 45 до 52 места, в последний год – 47-е место), чем динамика показателей, его составляющих. Однако разнонаправленность динамики показателей позволяет понять, в каких направлениях следует предпринимать усилия.

Судя по динамике рейтингов, хуже всего у нас обстоят дела с качеством системы образования: за 7 лет страна опустилась с 46 до 85 места. Крайне низок и уровень подготовленности кадров: хотя и наметилась тенденция к повышению рейтинга, однако она неустойчива и слаба – с 96 места страна поднялась всего лишь до 88 места. Исходно низкое (78-е место) качество школ менеджмента свалилось до 113-го места. По количеству получающих среднее образование рейтинг страны резко упал (с 47 до 76) к 2008 году, а затем стабилизировался на уровне 73-75 места. Это объясняется тем, что резко возрос спрос на высшее образование. Не очень хорошо обстоят дела с доступностью на местах исследовательских и обучающих организаций – после 2010 года рейтинг, до того заметно подросший, стал терять свои позиции.

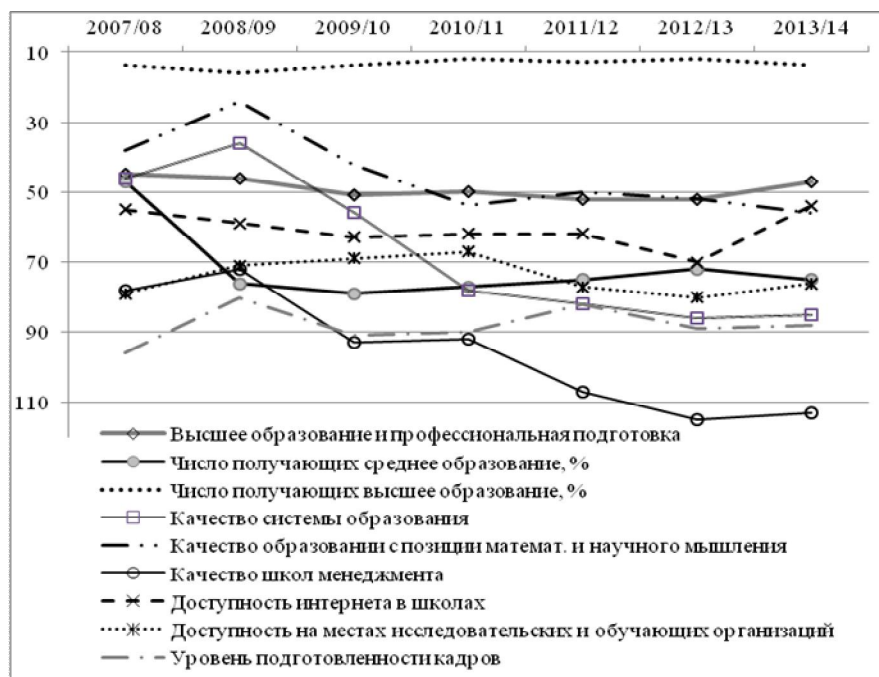


Рис. 1. Динамика рейтинга элементов фактора «Высшее образование и профессиональная подготовка»

Хорошие позиции Россия удерживает по показателю спроса на высшее образование (12-14-е места), однако быстро теряет конкурентное преимущество по качеству образования с позиции математического и научного мышления (падение с 24 места в 2008 до 56-го в 2013 году). Доступность интернета в школе последние 2 года заметно выросла.

Объективную оценку качества системы образования и профессиональной подготовки дает рынок труда, а подтверждает бизнес, имеющий дело с технологиями и инновациями. Рынок труда и бизнес оценивают способность экономики привлекать и удерживать высококвалифицированные кадры, обеспечи-

вать качественные и доступные кадры для новых производств, возможности человеческого капитала повышать производительность и эффективность производства.

В опубликованном весной 2014 г. отчете МЭФ отмечается, что подготовка кадров российской образовательной системой не отвечает запросам экономики. Рассмотрим в этой связи динамику рейтингов России по фактору «Эффективность рынка труда», представленную на рис. 2.

Наибольший провал за 7-летний период заметен в оплате и производительности труда: если в 2007-8 гг. рейтинг России был одним из самых высоких (14 и 11-е места соответственно), то до 2012 г. продолжалось долгое и сокрушительное падение до 65-го места. В 2013 г. рейтинг поднялся.

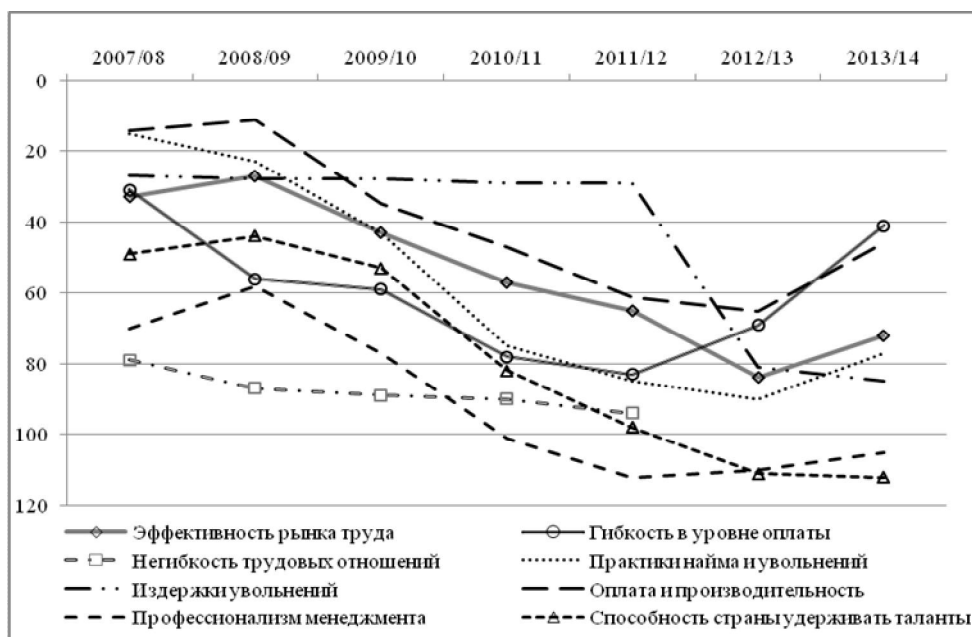


Рис. 2. Динамика рейтинга России по фактору «Эффективность рынка труда»

Не менее острыми проблемами на российском рынке труда являются практики найма и увольнений, негибкость трудовых отношений и низкий профессионализм менеджмента. По всем указанным показателям наблюдалось длительное (с 2007 по 2011-12 гг.) падение рейтингов, и лишь в последние год-два наметилась позитивная тенденция.

После долгого (с 2007 по 2011 гг.) и глубокого (с 31 до 83-го места) падения рейтингов в 2012 г. начала выправляться ситуация с гибкостью в уровне оплаты труда. Рейтинг фактора «Эффективность рынка труда» упал с 27 до 84-го места (с 2008 по 2012 гг.) и немного (до 72-го места) поднялся в 2013 году. Таким образом, в 2013 году обозначился тренд роста рейтингов фактора и его базовых показателей. Насколько твердым и долгосрочным окажется этот тренд, пока сказать трудно.

МЭФ значительное место отводит фактору «Институты», как важнейшему ускорителю экономического роста, определяющему к тому же инновационный

потенциал страны. Фактор «Институты» рассчитывается на основе 18-21 показателей. В целом оценки этого фактора невысоки (от 3 до 3,3 баллов), но динамика его рейтингов весьма противоречива. К показателям фактора «Институты» отнесена защита прав интеллектуальной собственности, которую, несомненно, следует принимать во внимание при анализе научно-образовательной сферы инфраструктуры инновационного предпринимательства в России.



Рис. 3. Динамика рейтингов фактора «Институты» и защиты интеллектуальной собственности и

Обращает на себя внимание не только крайне низкий уровень рейтингов фактора Институты (падал с 116-го в 2007 г. до 133-го места в 2012 г.) и показателя защиты прав интеллектуальной собственности (падал с 98-го в 2008 г. до 126-го места в 2011 г.), но и их высокая корреляция. Трудно сказать, рост рейтинга Институты вызывает значительно больший рост рейтинга показателя защиты прав интеллектуальной собственности или, наоборот, падение рейтинга защиты прав ведет к провалу рейтинга Институты, тем не менее, связь явно просматривается. Что касается динамики оценок, то можно увидеть, что рост оценок защиты прав обгоняет рост оценок Институты, и это говорит о высокой значимости для страны охраны и защиты прав интеллектуальной собственности.

Фактор «Технологическая готовность» строится на 7 показателях (рис.4). В целом его рейтинг имеет растущий тренд (рост с 74-го места в 2009 г. до 57-го в 2012г., хотя в 2013г. упал до 59-го), что подтверждает и динамика оценок.

Анализ динамики рейтингов технологической готовности российской экономики заметно меняет картину: показатели четко бьются на 2 группы - сильных и слабых. В группу сильных попадают индикаторы коммуникационных технологий (ИКТ) - пользователи мобильной широкополосной связи, индивидуальные пользователи интернета и абоненты фиксированного широкополосного доступа к интернету, пропускная способность интернет-канала. Динамика рейтингов по ИКТ говорит о быстром восприятии россиянами и бизнесом сложных информационных устройств.

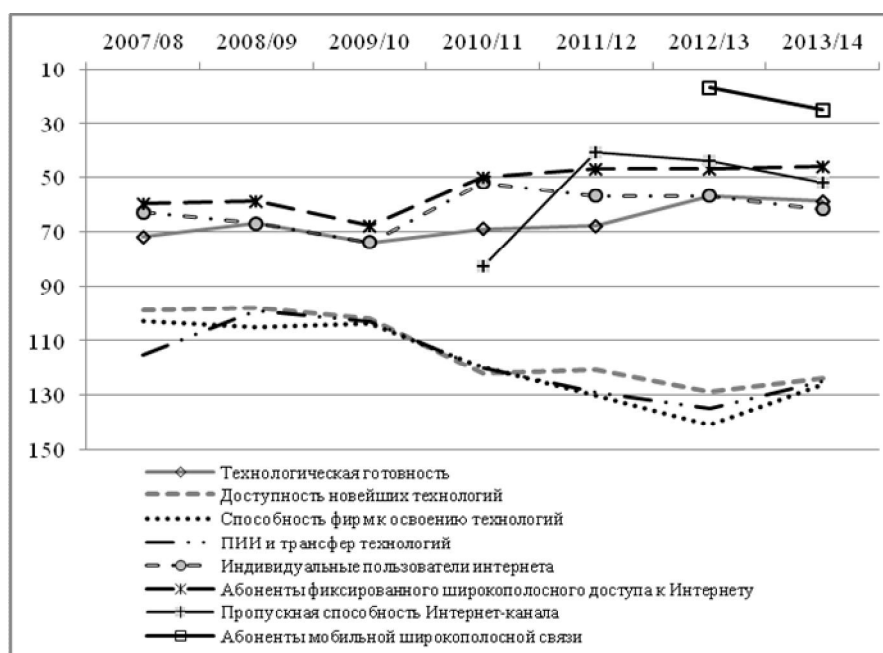


Рис. 4. Динамика рейтинга России по фактору «Технологическая готовность»

Наличие слабой группы показателей и их негативная динамика позволяет выявить очень серьезные причины технологической неустойчивости и неготовности к конкуренции российского бизнеса и экономики в целом – низкую доступность новейших технологий, слабую способность бизнеса их освоения, недостаток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и трансфера технологий.

Без серьезного повышения качества российского образования и научно-образовательной сферы в направлении математизации, углубления научного мышления и, одновременно, приближения к решению сложных задач производства, создания и освоения новых технологий невозможно ускорение развития инфраструктуры инновационного предпринимательства.

Сложность бизнеса – еще один фактор, определяющий конкурентоспособность страны и значимый для инфраструктуры инновационного предпринимательства. Он построен на группе из 9 показателей, один из которых - сложность производственных процессов – наряду с фактором сложности бизнеса представляет для нас интерес (рис. 5).

Рейтинг сложности российского бизнеса падал долго и глубоко (с 88-го места в 2007 г. до 119-го в 2012 г.), но заметно поднялся (до 107-го места) в 2013 г. Динамика рейтинга сложности производственных процессов близка динамике фактора, хотя его уровень несколько выше (падение с 66-го места в 2008 г. до 113-го в 2012 г. и рост до 105 в 2013 г.). Оценки тесно коррелируют с рейтингом, хотя можно заметить, что неизменность оценки сложности бизнеса в 2008 г. трансформировалась в падение рейтинга (с 88-го до 91 места), а последующее падение оценок ускоряло падение рейтинга.

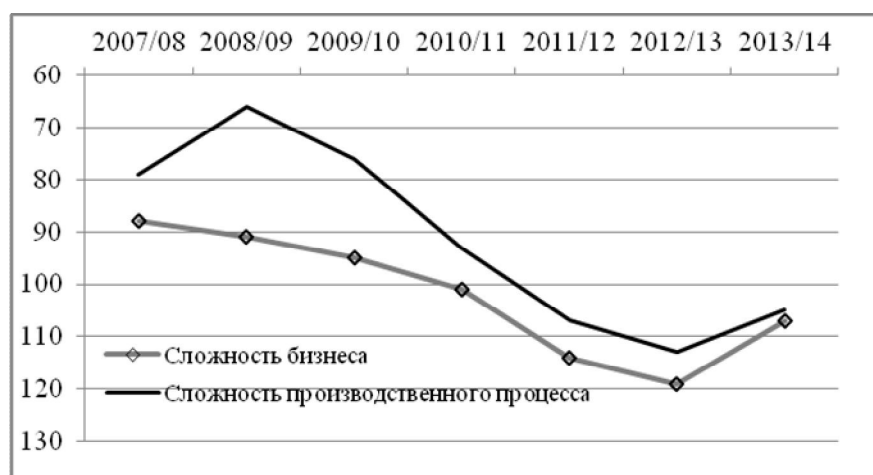


Рис. 5. Динамика рейтинга сложности бизнеса и сложности производственного процесса

Ситуация со сложностью бизнеса и производственных процессов в России близка к катастрофической и требует немедленных и решительных действий. Очевидны причины – остановка неконкурентоспособных производств, моральное и физическое старение производственных фондов, недостаточная квалификация и старение инженерно-технического персонала, низкий престиж профессии инженера и квалифицированного рабочего и т.п. Очевидны и необходимые меры – повышение профессиональной и образовательной подготовки персонала, рост инвестиционной привлекательности страны, трансферы новых технологий, создание инновационной инфраструктуры и пр.

Наконец, инновации – важнейший фактор ИГК, имеющий непосредственное отношение к научно-образовательной сфере инновационного предпринимательства. Он базируется на 7 показателях (рис. 6), и в динамике его показателей четко просматривается два разнонаправленных периода – роста (2007-08 гг.) и падения (2009-12 гг.). В 2013 г. по множеству показателей наметился небольшой рост рейтингов.

Самая тяжелая ситуация сложилась с госзакупками новейшей продукции высоких технологий (падение с 66-го места в 2008 до 124-го в 2012 г.), и это объясняется тем, что в стране их просто нет, но после кризиса 2009 года нет и свободных средств на их закупку за рубежом. Не расширяется взаимодействие университетов и научных учреждений с бизнесом в области исследований и разработок. Это связано не столько со слабостью науки или вузов, сколько с отсутствием интереса к сотрудничеству значительной части бизнеса.

Резко упало за 7 лет качество ученых и инженеров, готовых работать в бизнесе или с бизнесом: если Россия по их наличию в 2007-8 гг. находилась на 37 и 34-м местах соответственно, то к 2012-13 гг. она провалилась до 90-го места. Ученые и инженеры стареют, им на смену не идет образованная молодежь – самые талантливые уезжают из страны, а остальных не привлекает наука (низкие заработки) и производство (сворачивается, устаревает и т.п.).

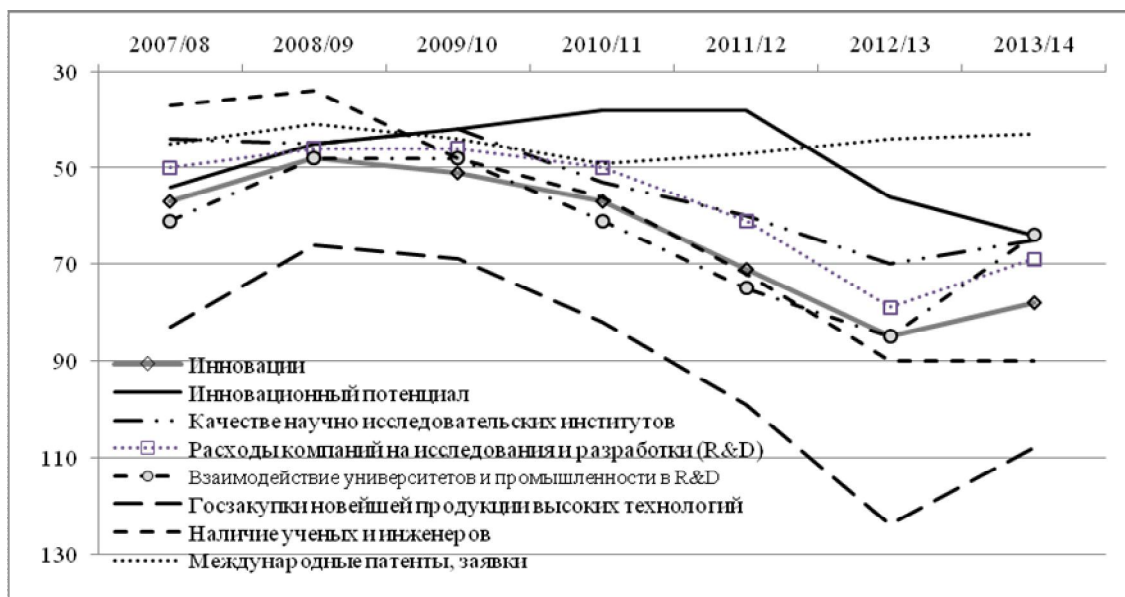


Рис. 6. Динамика рейтинга России по фактору «Иновации»

Рейтинг российских НИИ после 2009 года упал с 42-го до 70-го места, средний возраст ученых превысил пенсионный, обновления молодыми кадрами почти не происходит, хотя Правительство РФ и прикладывает определенные усилия – в рамках реформы РАН предполагается резкое повышение оплаты труда ученых, участвующих в реализации проектов, заказанных государством и поддержанных грантами. Особые преференции предусмотрены для молодых и перспективных ученых.

Расходы на исследования и разработки ведут только госкорпорации и крупные компании с государственным участием, остальному бизнесу это не под силу. Однако мир все еще верит в Россию и признает ее инновационный потенциал, рейтинг которого рос, не снижаясь, до 2011 года (с 54 до 38-го места), но в 2012 г. провалился на 18 мест (до 56-го), а в 2013 – еще на 8 мест (до 64-го). Заметим, что резкое падение рейтинга инновационного потенциала России объясняется не только его реальным снижением, но и ускорением роста потенциалов других развивающихся стран – Китая, Индии, Бразилии, Южной Африки, Австралии, Новой Зеландии и др.

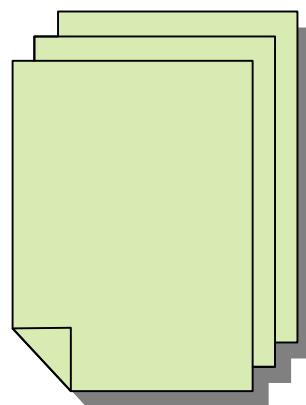
Проведенный анализ показал, что меры, предпринятые Правительством РФ по господдержке научно-образовательной сферы, пока еще не в полной мере стимулируют развитие инфраструктуры инновационного предпринимательства, а в целом экономика пока еще не готова к инновационному развитию.

Библиографический список

1. Ясин Е.Г., Снеговая М. Роль инноваций в развитии мировой экономики // Вопросы экономики. 2009. № 9.
2. Постановление Правительства РФ от 09.04.2010 N 219 от 03.06.2011 "О государственной поддержке развития инновационной инфраструктуры в федеральных образовательных учреждениях высшего профессионального образования".
3. The Global Competitive Reports 2007-2014

СЕКЦИЯ 2

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА



ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

Н.М. Абрамов, К.С. Соколова

Алтайский государственный университет, г. Барнаул.

В целях обеспечения устойчивого и поступательного развития многие страны начинают объединяться и создавать экономические пространства. Международный опыт подтверждает, что интеграционные экономические объединения выгодны и являются ответной мерой на угрозы внешней среды.

В настоящее время в мире насчитывается около десятка полноценных региональных торговых соглашений, имеющих формат Таможенного союза, предполагающий передачу части функций по выработке и реализации торговой политики на наднациональный уровень, ограничивая тем самым возможности отдельных стран – участниц в регулировании торгово – экономического сотрудничества с третьими странами. Таможенный союз между Россией, Казахстаном и Белоруссией стал первым реальным экономическим объединением на постсоветском пространстве. По мнению ответственного секретаря Комиссии Таможенного союза С. Глазьева, Таможенный союз дает странам возможность обеспечить в своем регионе экономическую стабильность, создать условия для экономического роста, устранить имеющиеся барьеры в торговле, выработать общую стратегию развития, которая опиралась бы на внутренние источники, а деловым кругам – ставит цель наращивания своей конкурентоспособности не только в рамках экономического пространства, но и на мировом рынке. При этом необходимо обратить внимание на то, что чем меньше страна, тем больше для нее выгод, так как за счет данной территории происходит расширение рынка товаров [1].

Создание союза принесет пользу как рядовым гражданам стран, объединяющихся в Таможенный союз, так и бизнес – сообществу. Для бизнес – структур трех стран создаются благоприятные условия для развития своей деятельности, расширения производственно – технологических операций и реализации совместных проектов. Единый емкий внутренний рынок позволит снять торговые барьеры, улучшить инвестиционный климат и значительно увеличить товарооборот [2].

Мировая экономическая конъюнктура остается сегодня стабильно непростой. Кризисные явления в ней будут сказываться еще долго. Таким образом, региональный Таможенный союз – это еще и гарантированный рынок сбыта товаров и услуг для каждого государства – участника, позволяющий компенсировать глобальное снижение спроса на мировых рынках.

Экономический смысл интеграции в рамках союза состоит в объединении национальных экономик в один воспроизводственный комплекс. Это предполагает не только устранение межгосударственных таможенных и прочих барьеров, но и согласование между заинтересованными странами конечных целей социально – экономического развития и выработку согласованных направлений структурной, инновационной, внешнеэкономической и социальной политики.

На территории Таможенного союза производится более 85% ВВП и проживает около 60% населения стран СНГ общей численность около 167 млн. человек, что позволит ему в будущем претендовать на роль одного из ведущих мировых интеграционных объединений. От успешности реализации этого интеграционного проекта во многом будут зависеть перспективы дальнейшего развития стран – участниц союза, а также их положение в мировой экономической системе [3].

Преимущества Таможенного союза налицо, они связаны с экономическими выгодами для предпринимательской среды. Устранение таможенных барьеров на пути продвижения товаров полностью исключают финансовые траты, способствует ускорению товарооборота и активизации внешнеторговой деятельности.

Создание Таможенного союза существенно сказалось и на внешнеэкономической деятельности Алтайского края. Статистика внешней торговли за последнее десятилетие свидетельствует о том, что динамика внешнеторгового оборота сформировалась под влиянием усилия международной конкуренции, конкурентных колебаний на мировых рынках сырьевых товаров, неравномерного развития торгово – экономических отношений России со странами СНГ и дальнего зарубежья (таблица 1) [4].

2013 год характеризовался снижением внешнеторгового оборота на 14,2% по сравнению с 2004 годом и в 2,5 раза в 2008 году с 1991,77 млн долл. США до 768,7 млн. долл. США. За всю историю края это, пожалуй, самый высокий показатель. По сравнению с 2007 годом (тогда внешнеторговый оборот края составил 1,29 млрд. долл.) данный показатель значительно вырос, а именно – на 53,2% (на 648,6 млн. долл.). Такой рост был обусловлен увеличением стоимости объемов внешнеторгового оборота, как со странами дальнего зарубежья – на 469,1 млн. долл., так и со странами ближнего зарубежья – на 215,5 млн. долл.

В целом, значительно увеличился стоимостной объем импортных поставок – на 86,2% (на 294,9 млн. долл.) от значения прошлогоднего показателя, объем экспортных поставок увеличился на 41,2% (на 389,7 млн. долл.). Внешнеторговый оборот Алтайского края со странами дальнего зарубежья в стоимостном выражении по сравнению с 2007 годом, как уже отмечалось, значительно увеличился, а именно в 2,4 раза. Такой рост был обусловлен увеличением экспорта в страны дальнего зарубежья на 280 млн. долл. (в 2,3 раза) и импорта из стран дальнего зарубежья на 189,1 млн. долл. (в 2,7 раза). Со странами СНГ внешнеторговый оборот в стоимостном выражении также имел небывалый рост и по сравнению с 2007 годом увеличился на 215, 5 млн. долл. (на 22, 5%). Экспорт в страны СНГ увеличился на 15% и составил 109 млн долл. В то же самое время импорт увеличился на 105,8 млн. долл. (на 46,5%).

Таблица 1

Товарооборот внешней торговли Алтайского края в 2004 – 2013 гг., тыс. долл. США

Показатель	Год									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Товарооборот всего	898,42	949,53	898,79	1290,63	1971,77	1124,45	947,17	879,91	811,11	768,7
В том числе:										
Страны дальнего зарубежья	280,54	306,88	245,54	329,07	798,58	460,01	395,68	593,94	594,01	536,85
Страны СНГ	617,87	642,64	653,25	961,56	1173,19	664,44	551,48	285,96	217,1	231,83
Импорт	234,17	204,17	303,33	341,69	636,93	360,37	434,39	389,29	401,39	323,76
В том числе:										
Страны дальнего зарубежья	31,73	35,99	67,31	114,24	303,66	105,03	209,51	313,34	336,57	264,6
Страны СНГ	202,44	168,17	236,01	227,46	333,26	255,34	224,88	75,95	64,82	59,15
Экспорт	664,27	745,36	595,46	948,94	1334,85	764,08	512,77	490,62	409,71	449,92
В том числе:										
Страны дальнего зарубежья	248,4	270,88	178,23	214,84	494,92	354,97	186,17	280,61	257,4	272,23
Страны СНГ	415,43	474,47	417,23	734,10	839,92	409,10	326,59	210,01	152,3	172,68

В связи с этим, во внешней торговле Алтайского края показатель доли стран дальнего зарубежья заметно приблизился к показателю доли стран СНГ, составив 40,5 % от внешнеторгового оборота, соответственно доля стран ближнего зарубежья составила 59,5%. С началом функционирования Таможенного союза это соотношение кардинально изменилось. Так, если доля товарооборота в 2010 году составляла 41,78%, то в 2013 году она составила 69,8%. Это в значительной степени объясняется тем, что начиная с 2010 года статистика внешней торговли России ведется без учета торговли со странами Таможенного союза. С 2010 года по 2013 год доля экспортных поставок в страны ближнего зарубежья упала с 63,7 до 38,8% в стоимостном выражении, уменьшение составило 153,91 млн. долларов (с 326,59 до 172,68 млн. долл.). За анализируемый период доля экспортных поставок выросла с 36,3 до 61,26% (с 186,17 млн. долл. до 272,23 млн. долл.). Значительные перемены произошли по показателям импорта. Как свидетельствуют данные таблицы товарооборота внешней торговли края за 2004 – 2013 годы, доля импорта со странами СНГ в 2010 году в сопоставлении с 2013 годом упала с 51,8 до 18,3% (в стоимостном выражении с 224,88 до 264,6 млн. долл.). Падение результатов внешнеторговой деятельности Алтайского края объясняется многими причинами. Во-первых, образование Таможенного союза и его функционирование совпало с пиком мирового финансового кризиса, от действий которого пострадали экономики многих стран мира, в том числе и экономики стран ближнего зарубежья. Во-вторых, на наш взгляд, это можно объяснить наличием сложившегося спада общей экономической активности и прежде всего стран СНГ. В-третьих, сократилось количество участников внешнеэкономической деятельности с 1003 в 2010 году до 860 в 2013 году, сокращение составило 14,3%.

В-четвертых, сдерживающим фактором развития внешнеторговой деятельности является ужесточение требований соблюдения мер таможенно – тарифного и нетарифного регулирования, исходящие от руководства Евразийской экономической комиссии в отношении товаров из третьих стран.

В анализируемом периоде существенные изменения и приоритеты произошли в товарной структуре экспорта и импорта (рисунок 1).

Отрадно, что в товарной структуре экспорта приблизительно в два раза увеличилась с 2004 года доля машинотехнической продукции, готовых изделий, локомотивов железнодорожных и подвижного состава, готовых изделий из древесины, автомобильных шин и т.д. Подверглась существенному изменению и товарная структура импорта. Преобладающими товарами, ввозимыми на территорию Алтайского края в настоящее время, стали: реакторы ядерные, котлы, оборудование, механические приспособления, их части – 23%; обувь, гетры и аналогичные изделия, их части – 14,1%; локомотивы железнодорожные и подвижной состав, трамваи, их части и принадлежности, путевые устройства – 9,6%; пластмасса и изделия из них – 9,3% и т.д.

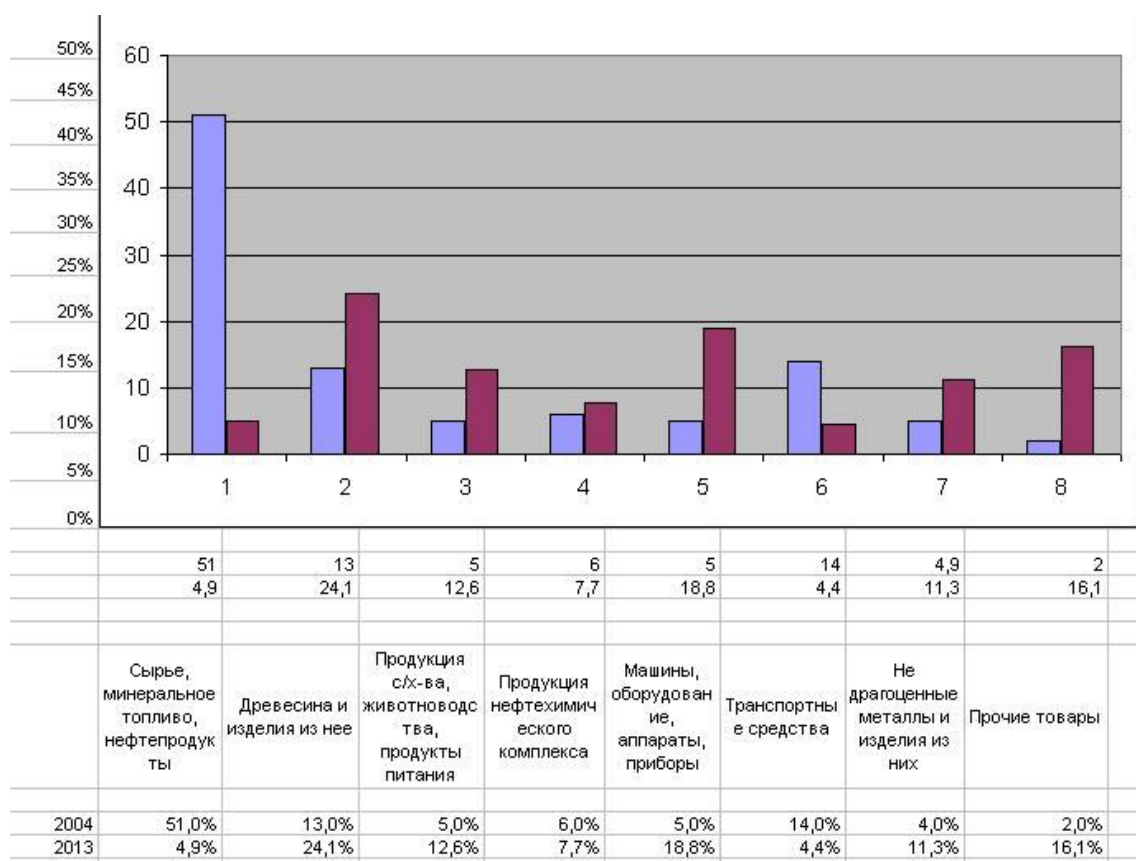


Рис. 1. Товарная структура экспорта

Учитывая специфику структуры производства региона, в качестве основной перспективы в области развития внешней торговли и внешнеэкономической деятельности можно обозначить наращивание экономического потенциала Алтайского края в соответствии с уже налаженными внешнеторговыми связями алтайскими товаропроизводителями, увеличение экспортных поставок продукции алтайских зернопереработчиков в страны Центральной и Юго-Восточной Азии, поиск новых зарубежных партнеров, привлечение хозяйствующих субъектов малого и среднего бизнеса.

Это позволит загрузить производственные мощности предприятий реального сектора экономики Алтайского края, обеспечить занятость населения, обеспечить ощутимый приток средств в бюджет края, будет способствовать увеличению экспортного потенциала за счет освоения новых рынков.

Библиографический список

1. www.glazev.ru
2. www.rg.ru
3. Суздаев А.И. Таможенный союз ЕврАзЭС: сложный старт //Международная экономика. 2010. – №4. – С. 38-44.
4. Таможенная статистика внешней торговли Алтайского края за 2004-2013 года. Федеральная таможенная служба Российской Федерации. Сибирское таможенное управление. Алтайская таможня. Отдел таможенной статистики и анализа. г. Барнаул 2005 – 2014 года.

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПЕРСОНАЛУ

И.Ю. Ануфриева

Международный институт экономики, менеджмента и информационных систем ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», г. Барнаул

Традиционно в научной экономической литературе под сертификацией персонала понимается установление соответствия качественных характеристик персонала (образование, уровень профессиональной компетентности) требованиям отечественных (международных) стандартов. Сертификация персонала осуществляется на основе спектра (классификатора стандартов) специальностей и специализаций в профессиональном образовательном пространстве, согласованного с возможностями человека и тенденциями научно-технического прогресса, и спектра (классификатора стандартов) профессий и должностей в пространстве рабочих мест, согласованного с требованиями реального производства и возможностей профессионального образования [2].

На протяжении последних 15 лет в России уверенно развивается нормативно-правовое поле для формирования отечественной системы сертификации персонала организаций. Наиболее значимыми среди них являются Постановление о развитии системы сертификации персонала в Российской Федерации, утвержденное Минтрудом России и Госстандартом России в 1997 г. ГОСТ Р 51000.9-97 «Государственная система стандартизации РФ. Система аккредитации в РФ. Общие критерии для органов, руководящих сертификацией персонала». Положение о системе добровольной сертификации экспертов по сертификации персонала и ее знака соответствия, утвержденное постановлением Госкомстата России № 10 в 2003 г. Положение о системе добровольной сертификации персонала в РФ, утвержденное постановлением Госкомстата России в 2004 г.

Реализуемые реформы в системе профессионального образования также нацелены на совершенствование целого ряда организационных, нормативно-методических и образовательных мероприятий. Федеральная целевая программа развития образования на 2011–2015 годы предусматривает развитие системы оценки качества профессионального образования на основе создания и внедрения механизмов сертификации квалификаций специалистов и выпускников образовательных учреждений с учетом интеграции требований Федеральных государственных образовательных стандартов и профессиональных стандартов.

О серьезной поддержке нововведений в сфере сертификации персонала свидетельствует ряд последних решений Правительства Российской Федерации. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 ноября 2013 г. № 2108-р утверждены Перечень мероприятий по увеличению к 2020 г. числа высококвалифицированных работников, в котором на 2013-2014 гг. запланирована разработка профессиональных стандартов Минтрудом России, общероссийскими объединениями работодателей, общероссийскими объединениями профсоюзов и заинтересованными организациями, а также – формирование норматив-

ной правовой базы в сфере независимой оценки профессионального уровня квалификации работников [1].

Во многих субъектах Российской Федерации уже созданы и успешно функционируют специализированные региональные (местные) центры сертификации персонала. Опыт сертификационной деятельности ярко свидетельствует об их несомненных успехах и востребованности на рынке кадровых услуг. Однако до полного охвата добровольной независимой оценкой всех возможных профессионально-квалификационных групп персонала организации говорить еще очень рано в силу объективных причин. Примечательно, что для тех работников, которые должны профессионально управлять человеческими ресурсами организации, наиболее проработаны вопросы сертификации.

Рассмотрим, что характеризует региональную систему сертификации (РСС) менеджеров по персоналу, т.е. совокупность взаимодействующих основных элементов этой системы, объединенных едиными целями, задачами, методами, принципами и проч.:

1. Субъекты РСС. Как свидетельствует практика, независимой сертификацией персонала занимаются в основном или образовательные учреждения высшего профессионального образования, или крупные кадровые агентства с разнообразным перечнем предоставляемых услуг на рынке труда, но специализированные на объектах сертификации. Поскольку система сертификации разработана Национальным союзом кадровиков на основе принятых профессиональным сообществом стандартов профессиональной деятельности в области кадрового менеджмента, то субъекту РСС необходимо получить официальное разрешение на ведение такой профессиональной деятельности. Как правило, отсутствует единый крупный специализированный региональный центр сертификации персонала, а деятельность отдельных структур весьма разрознена организационно и методически, несогласованна и зачастую дублируется.

2. Объекты РСС. Сертификация может охватывать как выпускников вузов, обучающихся по программам и направлениям профильной и непрофильной подготовки, так и опытных специалистов – менеджеров по персоналу.

3. Предмет сертификации. Сертификация может коснуться всех желающих выпускников вуза, как обучающихся по программе и направлению профессиональной подготовки «Управление персоналом», так и обучающихся не по профильным программам и направлениям, а также – практикующих менеджеров по персоналу, для которых должна быть организована ускоренная программа предварительного обучения. Предметом сертификации выступают знания, умения, общие и профессиональные компетенции менеджеров по персоналу в области управления персоналом и кадрового делопроизводства.

4. Методы оценки. Сертификационный экзамен для выпускников и специалистов в области кадрового менеджмента проводится в формате компьютерного тестирования. Для каждого кандидата на получение Сертификата из базы данных генерируется уникальный вариант теста. Степень сложности вопросов определяется уровнем, на который претендует специалист, в соответствии со Стандартами профессиональной деятельности в области кадрового менеджмента – тактический или оперативный (который, в свою очередь, подразделяет-

ся на две специализации: кадровое делопроизводство и управление персоналом). Система учитывает разницу в требованиях к объему знаний на каждом уровне и, исходя из этого, оценивает ответы.

5. Формы оценки. Сертификационный экзамен на практике предполагает большое разнообразие видов и форм тестирования. Это могут быть и традиционные экзаменационные вопросы по основным модулям преподаваемых научных дисциплин, и ситуационные задачи, и личностное, интеллектуальное тестирование и др. Проведение процедуры сертификации персонала на базе образовательного учреждения позволяет решить еще одну проблему – разработка традиционных и инновационных методов оценки уровня приобретаемых компетенций студентами и слушателями курсов профессиональной подготовки и переподготовки кадров.

6. Нормативно-правовое обеспечение РСС. Сертификация – независимая оценка уровня развития общих и профессиональных знаний и компетенций кандидата, которая основана на объективных стандартах профессиональной деятельности. В настоящее время не разработаны отечественные государственные профессиональные стандарты, устанавливающие связь с государственными образовательными стандартами подготовки специалистов и учитывающие многоуровневый порядок профессиональной подготовки менеджеров по персоналу (бакалавриат, магистратура и специалитет). Отсутствуют как таковые типовые правовые и методические регламенты сертификации персонала. Возможен постепенный переход на международные профессиональные стандарты системы ISO в области управления персоналом.

7. Методическое обеспечение РСС. На наш взгляд, разработка профессиональных стандартов и развитие РСС персонала послужат основной причиной пересмотреть необходимость применения и совершенствования ряда нормативно-справочных и методических документов и материалов, традиционно применяемых в Российской Федерации в сфере управления персоналом.

Например, необходимо переосмыслить назначение и содержание внутриорганизационной аттестации, как специальной комплексной оценки сильных и слабых сторон персонала (знаний, навыков, умений, черт характера, влияющих на достижение трудовых целей), степени их соответствия требованиям должности и ее результативности (личного вклада вообще и вклада в результаты деятельности структурного подразделения или организации в целом).

Другой пример: дальнейшее применение единых тарифно-квалификационных справочников рабочих мест и профессий рабочих, а также квалификационных справочников должностей руководителей специалистов и прочих служащих, которые традиционно позволяли определить в разрезе отдельных профессионально-квалификационных групп работников, что должен знать и уметь работник, приводились основные требования к уровню его профессиональной подготовки. Насколько их дальнейшее применение претерпит изменения содержания в свете многоуровневой профессиональной подготовки специалистов, а также будут увязаны с новыми профессиональными стандартами и др.

Несмотря на еще наблюдаемые практические недоработки в системе сертификации менеджеров по персоналу, очевидны преимущества сертификации персонала как для наемных работников, так и для организации – работодателя:

1. Сдача выпускником или менеджером по персоналу экзамена на получение сертификата – это возможность упорядочить и расширить свой запас профессиональных знаний и навыков, определить программу своего дальнейшего профессионально-карьерного и личностного развития, поскольку получению сертификата обычно предшествует процесс подготовки, в ходе которого актуализируются, структурируются и закрепляются имеющиеся знания, компетенции работника и появляются новые.

2. Сертификаты способствуют росту конкурентоспособности менеджера по персоналу на региональном (местном) рынке труда, являются дополнительным преимуществом в глазах потенциальных работодателей, независимой объективной гарантией высокого профессионального уровня квалификации кандидата. Статус сертифицированного специалиста помогает заявить о себе на рынке труда как о компетентном профессионале.

3. В любой сфере деятельности статус сертифицированного менеджера по персоналу, удостоверенный профессиональной ассоциацией, влияет на авторитет среди коллег в организации. Официальное подтверждение уровня квалификации независимыми экспертами повышает работнику самооценку, придает дополнительную уверенность в собственных силах на внешнем и внутриорганизационном рынках труда.

4. Наличие сертификата ускоряет и упрощает процесс оценки кандидата при приеме на работу, дает представление о его уровне профессиональной квалификации, компетентности и др.

На основании вышесказанного нам представляются возможными следующие основные направления развития системы сертификации персонала в Российской Федерации в общем и региональной системы сертификации персонала в частности: создание в Алтайском крае единого крупного специализированного регионального центра сертификации персонала за счет объединения разрозненных специализированных образовательных и кадровых структур. Методы и формы оценки персонала должны дифференцироваться в зависимости от основных характеристик объекта сертификации. Необходим творческий подход к разработке разнообразных методов оценки знаний, умений, компетенций, личностных характеристик персонала. В ближайшее время необходимо разработать и утвердить отечественные государственные профессиональные стандарты и увязать их с государственными образовательными стандартами многоуровневой профессиональной подготовки специалистов нового поколения. Не следует затягивать с разработкой типовых правовых и нормативно-методических документов по сертификации персонала. Возможен постепенный переход на международные профессиональные стандарты системы ISO в области управления персоналом.

Надеемся, что предложенные мероприятия по развитию региональной системы сертификации персонала вообще и менеджеров по персоналу в частно-

сти найдут понимание и поддержку среди профессиональных образовательных заведений, организаций и кадровых агентств Алтайского края.

Библиографический список

1. Профессиональная сертификация специалистов по кадрам [Электронный ресурс] – Режим доступа:
http://www.forus.ru/umc/calendar/element.php?ELEMENT_ID=9419&SECTION_ID=168
2. Управление персоналом: Энциклопедический словарь/ Под ред. А.Я. Кибанова [Текст] – М.: ИНФРА-М, 1998. – 453 с.

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Е.С. Беляева

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время одним из главных условий устойчивого роста экономики является формирование и укрепление инновационной базы. В современных условиях повышение конкурентоспособности промышленных предприятий за счет их технологического переоснащения и подъема наукоемких отраслей производства – одна из наиболее актуальных проблем российской экономики. А на уровне отдельного региона этот вопрос стоит особенно остро.

Научно-производственное развитие региона формируется посредством инновационной деятельности предприятий этого региона. Инновационную деятельность региональных предприятий обуславливают их производственные и инвестиционные возможности, ориентация на выпуск новой научно-технической продукции и ее коммерциализацию на базе применения результатов научных исследований и разработок, использования новых прогрессивных технологий, новых методов организации производства, системы управления проектами и программами.

Президент Российской Федерации в своих посланиях Федеральному собранию и в Стратегии развития России до 2020 года сформулировал ряд задач, одной из которых является инновационное развитие и выход страны в число мировых технологических лидеров. Определил то, что решение этих задач должно базироваться на создании диверсифицированной, инновационной, динамично развивающейся, конкурентоспособной национальной экономики. То есть, по сути дела, речь идет о масштабном проекте, о выходе России на новый качественный уровень, результатом которого должно стать построение на основе достижений современной информационной и научно-технической революции нового интенсивного постиндустриального общества, обеспечивающего конкурентоспособность России в глобальном мире.

Изменения, происходящие в настоящее время в Алтайском крае, соответствуют основным тенденциям, наметившимся в стране и, следовательно, носят последовательный и устойчивый характер. Важным фактором развития инновационной деятельности является государственная поддержка на краевом уровне. В сентябре 2006 года был принят закон «Об инновационной деятельно-

сти в Алтайском крае», предусматривающий целый комплекс мер и инструментов государственной поддержки инновационной деятельности, среди которых государственный заказ на прикладные для региона исследования и разработки, краевые гранты, компенсация части процентной ставки по банковским кредитам.

Основными принципами инновационной политики Алтайского края являются [1]:

- поддержка и развитие «критических» технологий - областей науки и научных школ, в которых ученые Алтайского края являются лидерами в России и мире;

- концентрация ресурсов на «прорывных» технологиях - исследованиях и разработках, способных повысить конкурентоспособность продукции, имеющей спрос на внешнем рынке;

- социальная ориентированность - поддержка производителей продукции, пользующейся спросом на внутреннем рынке и имеющей более низкие цены по сравнению с импортируемой;

- открытость - развитие кооперации с другими инновационными центрами Сибири, межрегиональных и международных связей, привлечение в край российских и зарубежных высокотехнологичных компаний;

- государственно-частное и муниципально-частное партнерство на основе координации и взаимодействия федеральных и краевых органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций науки, образования и бизнеса в целях обеспечения ускоренного развития высокотехнологичных отраслей экономики.

Приоритетными направлениями научно-технической и инновационной деятельности для Алтайского края являются:

1. Производство и переработка сельскохозяйственного сырья.

2. Новые материалы и технологии их производства, в том числе:

- химические технологии,

- технологии сверхтонкого измельчения материалов,

- технологии обогащения полезных ископаемых.

3. Биофармацевтические технологии и технологии живых систем. Данный комплекс технологий разрабатывается и получает промышленное применение в рамках биофармацевтического кластера (прогнозируется рост объемов рынка на 14 – 20% ежегодно).

4. Рациональное и экономически эффективное использование туристско-рекреационных ресурсов.

5. Энергосберегающие технологии и использование нетрадиционных энергоресурсов, в том числе производство электроэнергии и тепла на органическом топливе.

6. Эффективные строительные материалы и технологии, системы инженерного обеспечения жилых домов, включая автономные системы жизнеобеспечения, технологии быстрого возведения и трансформации жилья.

7. Ветеринарные технологии жизнеобеспечения и защиты сельскохозяйственных животных.

8. Технологии машиностроения, в том числе энергетического, транспортного, сельскохозяйственного, приборостроения.

9. Перспективные вооружения, военная и специальная техника:

- ракетно-космическая техника с использованием новых технических решений,

- базовые и критические военные и специальные технологии.

10. Экология и рациональное природопользование.

11. Информационные системы и технологии.

В 2013 году Алтайский край вступил в ассоциацию инновационных регионов России. Это можно считать еще одной констатацией того, что край входит в число ведущих инновационно активных субъектов Российской Федерации. Учитывая, что в качестве стратегического варианта развития Алтайского края до 2025 года выбран именно инновационный, участие в работе Ассоциации, приобщение к опыту коллег из других регионов полезно региону, оно окажет позитивное воздействие на темпы и движение по пути инновационного развития.

Также в 2013 году разработан и принят Закон «О государственной поддержке инновационной деятельности в Алтайском крае». В нем определены цели и основные задачи такой поддержки, а также субъекты и объекты инновационной деятельности, разграничены полномочия органов государственной власти региона, установлены направления содействия органам местного самоуправления в развитии инновационной деятельности на территории муниципальных образований.

В крае действует координационный совет по инновационной деятельности, призванный обеспечить эффективное взаимодействие и координацию работы органов исполнительной власти региона, органов местного самоуправления, а также научных организаций и других субъектов инновационной деятельности по вопросам формирования и реализации государственной научно-технической и инновационной политики [2].

Результаты реализации столь активной инновационной политики уже можно оценить по данным функционирования предприятий края в самых различных сферах. Так, если за период с 2003 по 2005 год в крае инновационной деятельностью занималось менее 10% предприятий [3], то в настоящее время уровень инновационной активности предприятий значительно вырос. По ряду параметров, отражающих уровень инновационной активности региона (наличие среды для развития инноваций, масштабы производства инновационной продукции, потенциал использования инноваций, а также наличие специальной правовой среды), Алтайский край в масштабе России относится к числу лидеров. По результатам рейтинга инновационной активности регионов за 2010 год, составленного Национальной ассоциацией инноваций и развития информационных технологий, Алтайский край занял 6-е место среди 15 регионов с высокой инновационной активностью и 8-е из 83 субъектов РФ, участвовавших в исследовании [4].

Таким образом, практика показала, что повышение уровня инновационности региона требует государственного управления и координации действий всех ее субъектов, интеграции всех заинтересованных структур в реализации инноваций, привлечении инвестиций, создании условий, способствующих внедрению достижений науки и техники в производство.

Библиографический список

1. Стратегия социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года.
2. Официальный сайт Алтайского края, Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края [Электронный ресурс] – URL: www.altairegion22.ru/gov/administration/stuct/economy/
3. Беляева Е.С., Касаткина Е.В. Исследование проблем инновационной деятельности промышленных предприятий Алтайского края // Инновации. – 2006. - №9 (94). – С. 68-72.
4. Алтайский край // Инвестиции и инновации. Тематическое приложение к еженедельнику «Экономика и жизнь». – 2011. – №22. – С. 13.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

А.Б. Винникова

АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (институт)», г. Барнаул

Опорой для развития инновационных процессов является планомерное развитие сектора науки и исследований. Первоочередные в этом плане направления региональных исследований сосредоточены в области создания новых материалов, живых систем, различных технологий, таких как химические, энергосберегающие, информационные и т.д. Исходя из этого, главными задачами региональной инновационной политики являются поощрение наиболее перспективных разработок в сфере науки и техники и, что немаловажно, создание такой среды, которая была бы благоприятной для их коммерциализации.

Не стоит забывать и об актуальности данного сегмента экономики. Она вызвана не только влияниями извне, но и непосредственно внутренними проблемами, а именно, необходимостью обеспечения экономически сбалансированного развития территории страны. Помимо этого, именно от инновационного развития зависит стратегическая конкурентоспособность России на мировой арене.

Инновационная деятельность – совокупность участников и действий участников инновационного процесса, имеющих определенную цель, средства достижения цели, осуществляющих свои функции соответственно своей роли в инновационном процессе и достигающих определенных результатов [1].

Совместно с данным термином также употребляется термин «инновационный процесс».

Инновационный процесс – совокупность состояний инновации, сменяющих друг друга в процессе преобразования начального состояния (например, предложенной маркетинговой, конструкторской или технологической идеи

новшества) в конечное состояние (поступившие в потребление, используемые и дающие эффект новые материалы, изделия, методы, технологии). Инновационный процесс охватывает создание новой техники, ее рыночное продвижение, использование и поддержку у потребителя [1].

По словам Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева, «... динамичный сектор научных разработок и эффективная коммерциализация технологий – это основа конкурентоспособного промышленного производства в развитых странах. Развитая же инновационная система включает в себя не только инновационные проекты и реализующий их последствия инновационный бизнес, но и исследовательский сектор, сферу образования, то есть все в одном таком большом кластере. Инновационная система – это приводной механизм научно-промышленного развития современных государств. Ее главная задача – обеспечить эффективное прохождение всего инновационного цикла, именно на это работает целая совокупность правовых, экономических, организационных и финансовых инструментов. И к такой модели мы и должны стремиться» [2].

Что касается непосредственно инновационного развития в Алтайском крае, то его вклад в инновационное развитие всей нашей страны составляет далеко не малый процент.

Инновационной активности Алтайского края можно только позавидовать:

- 1 место в России по доле малых предприятий, осуществляющих технологические инновации - 12,3% (2011);
- 2 место в Сибирском федеральном округе (далее СФО) по количеству поданных патентных заявок на одного исследователя (2011);
- 3-е место в СФО по доле крупных и средних предприятий, осуществляющих технологические инновации – 10,3% (2011) [6].

Также стоит отметить, что доля инновационных компаний из числа крупнейших составляет $\frac{1}{4}$ (25 из 100). А процент инновационно-активных предприятий Алтайского края из числа всех предприятий составляет 10,5% на 2012 год.

Вдобавок к вышесказанному, объем производства высокотехнологической продукции на 2011 год составил 38,3 млрд рублей, а объем отгруженной продукции в инновационной сфере на 2012 год – 5,8 млрд рублей.

Также в сектор науки нашего региона по итогам 2012 года было привлечено более 480 млн рублей, в т.ч. 176,2 млн рублей составили внебюджетные средства. Эти деньги были выделены в связи с федеральными целевыми программами научно-технической направленности, а также конкурсами Минобрнауки России.

В дополнение ко всему, в Алтайском крае разработано законодательство, регламентирующее деятельность в сфере инноваций. К нему относятся различные нормативно-правовые акты (далее НПА), включающие в себя Законы Алтайского края и Постановления Администрации Алтайского края; планово-прогнозные документы, распоряжения и региональные программы.

Алтайский край является одним из родоначальников развития кластерной политики в региональном управлении. На сегодняшний день разработкой и выпуском высокотехнологичной инновационной продукции занимаются три кла-

стера: биофармацевтический, кластер аграрного машиностроения и кластер энергомашиностроения и энергоэффективных технологий.

Центром Алтайского края в сфере науки и технологий является крупнейший в России наукоград – город Бийск. Высокоразвитая инфраструктура города позволяет воплотить в жизнь всю инновационную цепочку: от разработок и исследований до выпуска высокотехнологичной продукции. Относительно этого инновационного центра были определены следующие направления деятельности: перспективные вооружения, военная и спецтехника, сфера материалов и наносистем, живые системы, а также энергосбережение и энергетика.

В 2012 году в крае была пересмотрена стратегия социально-экономического развития региона до 2025 года, в которой инновационный сценарий выбран как целевой. Это предполагает высокую интенсивность структурных сдвигов в экономике и нарастающую инновационную активность. Возможность существенного ускорения экономического роста потребует более динамичного развития обрабатывающих высокотехнологичных секторов экономики и экономики знаний, создания новой, более эффективной технологической базы, которая бы позволила в последующем осуществить технологический прорыв в ведущих видах деятельности и секторах услуг, что обеспечит устойчивый рост производительности труда во всех отраслях экономики и существенные сдвиги в достижении новых стандартов жизни населения.

В нашем регионе в области инновационных технологий уполномоченным органом исполнительной власти является Главное управление экономики и инвестиций Алтайского края. Основная его задача заключается в обеспечении эффективной реализации мер, связанных с развитием инновационных технологий, базируясь на развиваемую в крае инновационную инфраструктуру.

Инновационная структура региона включает в себя:

- 2 бизнес-инкубатора, в т.ч. Бийский бизнес-инкубатор инновационного типа;
- технопарк «Бийск»;
- 2 центра трансфера технологий;
- сеть вузовских технопарков;
- сеть центров коллективного пользования высокотехнологичным оборудованием;
- Алтайский гарантийный фонд;
- Алтайский фонд микрозаймов;
- Наукоград Российской Федерации г. Бийск;
- Центр кластерного развития;
- Региональные инновационные кластеры [5].

Подводя итог, следует отметить, что в настоящее время развитие инновационной деятельности и внедрение инновационных технологий является неотъемлемой частью конкурентоспособной экономики любого государства. Поэтому на основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что развитие инноваций в Алтайском крае имеет впечатляющий вклад в комплексное инновационное развитие России. Высокоразвитая инновационная структура и стратегии развития в области инновационных технологий позволяют научно-

техническому прогрессу достигать качественно нового уровня, причем с каждым годом все более заметно.

Библиографический список

1. Официальный интернет-сайт Президента Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <http://www.kremlin.ru>
2. В России должна быть создана инновационная система, которая станет приводным механизмом научно-промышленного развития – Медведев [Электронный ресурс] URL: <http://www.armstass.su/?page=article&cid=25&aid=53938&part=67>
3. Инновации в экономике Алтайского края: тенденции и перспективы развития / под редакцией д.т.н., профессора М.П. Щетинина. – Барнаул, 2008. – 248 с.
4. Инновационная активность организаций Алтайского края, 2006-2010: стат. сб./ [Росстат, Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Алт. краю; редкол.: В. М. Мочалов (пред.) и др.]. – Барнаул: Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Алт. краю, 2011. – 66 с.
5. Инновационная инфраструктура [Электронный ресурс] URL: <http://www.i-regions.org/regions/altai/innovation-infrastructure/>
6. Инновационный портрет [Электронный ресурс] URL: <http://www.i-regions.org/regions/altai/innovative/>
7. Стратегические приоритеты долгосрочного развития Алтайского края [электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <http://protown.ru/russia/obl/articles/7731.html>. - Заглавие с экрана.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

М.В. Волкова, Е.В. Мальцева

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время в России регионам приходится конкурировать буквально за все: за инвестиции, информационные, транспортные и туристические потоки, экологические, экономические, социальные и культурные проекты, креативные идеи, специалистов. Межрегиональная конкуренция становится все жестче, поэтому в выигрышном положении окажутся те из регионов, кто не только обладает востребованными региональными ресурсами, но и сумеет с выгодой для своего развития воспользоваться ими.

Цель регионального позиционирования – выделить ключевые характеристики региона, выявить, а в некоторых случаях и создать, четкие ориентиры, указывающие на территориальную особенность региона. Иными словами, необходимо выявить главные ценности и приоритеты, которые отличают регион от других территорий, определиться с его перспективными брендами. Позиционировать регион, сделать его узнаваемым можно только путем продвижения его локальных эксклюзивных отличий.

Образ региона в широком смысле – совокупность характеристик, отраженных в сознании людей. Он должен выступать в сознании людей как некая целостность природного ландшафта и экономического потенциала, культуры и особенностей политической жизни. Целенаправленно формируемый образ территории называется *имиджем региона*. Имидж региона – очень разноплановый, эмоционально окрашенный, искусственно создаваемый образ, который складывается в сознании людей. Имидж региона конструируется администрацией, СМИ, выдающимися деятелями различных сфер общества, населением как данного региона, так и населенных пунктов, входящих в состав данного региона.

Существует следующая классификация образа региона [1]:

1) по воспринимаемому образ субъекту: внутренний и внешний, подаваемый и принимаемый. Носителями *внутреннего* образа являются жители данного региона, *внешнего* – гости региона и население других поселений. *Подаваемый имидж* отражает мнение жителей о восприятии их региона остальным населением. *Принимаемый имидж* – мнение жителей других населенных пунктов о данном регионе. Если подаваемый и принимаемый имидж значительно отличаются друг от друга, значит, субъекты имиджа неверно позиционируют свой регион.

2) по числу носителей образа региона: индивидуальный и групповой. *Групповой* образ региона создается наложением одного образа на множество *индивидуальных*. Ряд общественных образов вырабатывается значительной группой людей. Групповые образы необходимы для того, чтобы индивид мог успешно функционировать в пределах своего окружения.

3) по способу восприятия: осязаемый и неосязаемый. *Осязаемый* образ создается вследствие восприятия города при помощи пяти чувств: впечатление о регионе складывается из того, что можно увидеть, услышать, почувствовать, вдохнуть, потрогать. К этому виду относится все, начиная от названия, его символики, заканчивая архитектурой и чистотой улиц. *Неосязаемый* образ региона представляет собой эмоциональные связи с определенным местом. Зачастую средства массовой информации формируют предпосылки неосязаемого образа.

Образ региона обладает следующими свойствами [2]:

- *Изменчивость*. Образ региона не статичен и изменяется во времени. Он складывается и изменяется как стихийно, так и целенаправленно. Изменение образа региона зависит от многих факторов: экономическая ситуация, государственная политика, технические инновации.

- *Историчность*. Образ региона всегда вплетен в исторический контекст и социальную ситуацию. Он не может быть вне нации, менталитета, мировоззрения, смена эпох создает постоянно меняющийся образ региона.

- *Относительная устойчивость*. Устойчивость образа региона зависит от его яркости, места региона в мирохозяйственном понимании и сложившихся стереотипов.

- *Комплексность*. Все составляющие части образа региона взаимосвязаны, изменение какой-либо черты влечет за собой переосмысление других черт.

Следует выделить два основных этапа создания бренда региона:

- поиск и выделение отличий. Отличие – это сочетание множества деталей, каждая из которых может быть очень индивидуальной и, как правило, весьма незначительной. Главное в успешном брендинге – это создание своей собственной темы, идеи – миссии, цели.

- усиление отличий. Состоит в возвеличивании мельчайших отличительных особенностей до тех пор, пока они не станут достаточно важными, чтобы произвести впечатление на умы других людей.

Эти же два этапа придется пройти и при разработке бренда региона. Но, кроме создания бренда, необходимо изначально проектировать и механизмы продвижения и поддержания бренда региона.

С нашей точки зрения, имидж Алтайского края сегодня достаточно хорошо сформирован. Алтайский край известен как продовольственный регион. Но здесь есть некоторая сложность. Аграрный регион в сознании представляется как консервативный, отсталый, не инновационный и не передовой. Но если аграрный регион «перемешать» с туризмом, то получается очень хорошая компиляция – возникают понятия «сытно», «экологически чистый продукт». Эту хорошую связку нужно ещё подкрепить высокими технологиями в области туристического сервиса или пищевой переработки и выращивания продуктов питания, и тогда негатив снимается.

Алтайскому краю есть чем гордиться: уникальные особенности ресурсного, культурного и природно-климатического потенциала, лучшие в мире алтайские сыры, твёрдые сорта пшеницы, известные на весь мир алтайский мёд, пантовое мараловодство, крупнейшие в России фармацевтические и агропромышленные компании, туристические объекты «Бирюзовая Катунь», «Белокуриха» - имиджеобразующие факторы бренда под названием «Алтайский край». Безусловно, сегодня многие говорят о туризме, туристическая составляющая в имидже края начинает присутствовать очень хорошо, масштабно. Это приятное формирование имиджа, потому что туризм всегда связан у людей с потребностью путешествовать, открытиями, комфортом, познанием самого себя. Это очень сильная эмоция, которая может вызвать только позитив.

Алтайский край крайне богат разнообразными рекреационными ресурсами: горы, реки и озера, водопады, уникальные природные ландшафты, исторические памятники, лечебные факторы. Уникальность Алтайского края признана на международном уровне и заключается в наличии на его территории практически всех природных зон России: горной и предгорной (альпийской), лесной (таежной), степной и лесостепной. В дополнение к этому, именно в этом субъекте будет расположена одна из четырех игорных зон России. Все это дает основания утверждать, что потенциал для привлечения туристов в регион огромен.

Туристический бизнес в Алтайском крае должен развиваться по следующим направлениям [3]:

- 1) Молодежный туризм.
- 2) Экстремальный туризм для обеспеченных людей.
- 3) Семейный отдых.
- 4) Туризм с лечебно-оздоровительными целями.

5) «Игорный» туризм.

Инфраструктуру Алтайского края как региона с динамично развивающимися рыночными отношениями и хорошими перспективами для создания бизнеса и вложения инвестиций целесообразно выстраивать по следующим направлениям:

- 1) Мощный аграрный комплекс.
- 2) Перспективная промышленность.
- 3) Развивающаяся транспортная инфраструктура.
- 4) Значительные перспективы для малого и среднего бизнеса.
- 5) Благоприятные жилищные условия.

Промышленность Алтайского края представлена следующими основными отраслями:

- машиностроение (транспортное, энергетическое, сельскохозяйственное);
- фармацевтика;
- добыча полезных ископаемых;
- переработка сельскохозяйственного сырья и добыча полезных ископаемых;
- производство строительных материалов и конструкций;
- черная металлургия;
- лесная и деревообрабатывающая промышленность;
- химическая и резино-техническая промышленность;
- производство удобрений.

Большинство из этих отраслей являются весьма перспективными и могут приносить краю значительный доход, однако необходимо повышать их конкурентоспособность за счет совершенствования технологической платформы, обновления номенклатуры выпускаемой продукции и повышения эффективности форм организации бизнеса. Для этого требуется привлечение внешних инвесторов на основе создания образа Алтайского края как инновационного региона с перспективной, динамично развивающейся промышленностью.

Развитие *транспортной инфраструктуры* Алтайского края – важнейшее условие привлечения туристов и бизнеса, ведь главное, что останавливает людей при мысли совершить путешествие в этот регион, – это представление о нем как об очень отдаленном месте с повсеместным бездорожьем, перемещаться по которому крайне затруднительно. И это представление необходимо менять. Наличие в Алтайском крае международного аэропорта – критически важный фактор для привлечения туристов в курортные зоны, а также для развития деловых контактов региона. Алтайский край должен стать местом, до которого можно быстро добраться и по которому легко и комфортно перемещаться различными видами транспорта. Для этого необходимо привлекать внутренние ресурсы и внешних инвесторов к развитию транспортной инфраструктуры [3].

Среди знаменитых людей, чье имя связано с Алтайским краем, художник и философ Николай Рерих, писатель Владимир Шукшин, ученые Петер Паллас, Александр Гумбольдт и Альфред Брем, космонавт Герман Титов, кинорежиссер Иван Пырьев, актеры Валерий Золотухин и Михаил Евдокимов. Шукшиным,

чьей родиной был Алтайский край, в регионе гордятся: его именем назван театр в Барнауле и многие другие объекты, в Бийском районе действует Всероссийский мемориальный музей-заповедник Шукшина, регулярно проходят Шукшинские чтения и ставятся спектакли по его произведениям. Алтайский край может стать местом Рериха и местом людей, ищущих вдохновения и духовного совершенства.

Подводя итог, можно сказать, что Алтайский край с его богатыми природными и социально-экономическими ресурсами обладает большим потенциалом развития и продвижения его позитивного образа.

Необходимо повысить узнаваемость Алтайского края в других регионах России и на международном уровне за счет повышения открытости региональных властей и распространения информации о жизни края по различным информационным каналам. При всей очевидной перспективности развития Алтайского края как туристического и курортного центра, регион также обладает значительным потенциалом в сфере сельского хозяйства, промышленности, малого и среднего предпринимательства. При этом эффективность развития каждой из этих отраслей всецело зависит от способности региона сформировать свой собственный имидж и за счет этого привлечь туристов.

Библиографический список

1. Региональный PR-портал <http://regionpr.ru/page122.html>
2. Инвестиционная привлекательность российских регионов/Фонд поддержки и развития регионов // [Электронный ресурс] <http://regionalrussia.ru/index.php?l=eng&mode=about&mode2=about-programme-investment-opportunity>
3. Ситникова А.О. Концепция территориального маркетинга Алтайского края [Электронный ресурс] <http://www.pandia.ru/text/77/156/24190.php>

УДК 330.34

ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: СУЩНОСТЬ И ОЦЕНКА НА УРОВНЕ РЕГИОНА

Т.А. Галынчик

Рубцовский индустриальный институт

Дано определение понятия индекс человеческого развития. Рассмотрена методика оценки уровня человеческого развития, разработанная в ПРООН. Проанализированы составляющие индекса человеческого развития в динамике на примере Алтайского края.

Человеческий капитал является одним из ключевых факторов стабильного экономического роста и процветания. Одна из важнейших задач государственного управления заключается в сохранении и развитии отдельного индивида и общества в целом как ценного стратегического ресурса. Проблеме человеческого развития, как основы формирования человеческого капитала, научным сообществом уделяется большое внимание. Подтверждением тому служат многочисленные исследования и разработанные методики оценки в данном направлении.

В настоящее время для оценки эффективности мер по развитию человеческого капитала используются в основном рейтинговой оценки. Самый универсальный и масштабный (по количеству анализируемых стран) можно считать индекс человеческого развития, публикуемый с 1990 г. в ежегодных докладах ПРООН [8]. Основной целью доклада является изучение вопроса о том, как рост экономики страны повышает возможности жителей этой страны, развитие социальной сферы государств.

В данной статье представляется целесообразным проследить динамику индекса человеческого развития Алтайского края как на фоне Сибирского федерального округа, так и Российской Федерации в целом, а также проанализировать основные составляющие человеческого развития Алтайского края: долголетие, уровень грамотности (образованности) и уровень жизни.

Индекс человеческого развития (ИЧР) – это комбинированный показатель, характеризующий развитие человека в странах и регионах мира, рассчитываемый ежегодно для сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия [4].

Значение индекса измеряется в интервале от 0 до 1. Все страны (регионы) делятся на 4 категории в зависимости от значения ИЧР:

- с очень высоким уровнем ИЧР (0,9 – 1,0);
- с высоким уровнем ИЧР (0,8 – 0,9);
- со средним уровнем ИЧР (0,5 – 0,8);
- с низким уровнем ИЧР (0 – 0,5).

Значение индекса, равное 1, будет иметь страна (регион), в которой ожидаемая продолжительность жизни составляет 85 лет, 100% взрослого населения имеют образование, все достигшие определенного возраста обучаются в соответствующих учебных заведениях, и валовой внутренний продукт на душу населения по паритету покупательной способности равняется 40 000 дол. США. Значение индекса, равное нулю, будет иметь страна (регион), в которой ожидаемая продолжительность жизни составляет 25 лет, 100% населения неграмотны, никто не получает образования и внутренний валовой продукт на душу населения по паритету покупательной способности равен 100 дол. США [4].

Согласно методологии ПРООН (до 2010 г.), сводный индекс (*ИРЧП*) рассчитывался как среднее арифметическое значение трех индикаторов:

- индекс ожидаемой средней продолжительности жизни населения при рождении;
- индекс уровня образования;
- индекс реального ВВП на душу населения по паритету покупательской способности (ППС) валют в долларах США.

В 2010 г. методология расчетов перетерпела изменения. Так, сводный индекс (*ИЧР*) теперь представляет собой среднее геометрическое значение трех следующих индикаторов:

- индекс ожидаемой средней продолжительности жизни населения при рождении;

- индекс образования (включающий подындексы средней продолжительности обучения и ожидаемой продолжительности обучения);
- индекс дохода (реальный ВВП на душу населения по ППС валют в долларах США).

В связи с тем, что индекс для регионов России рассчитывается по старой методике ПРООН из-за отсутствия официальных статистических данных о средней и ожидаемой продолжительности обучения, а также для избежания путаницы в показателях и предотвращения некорректного сравнения, в статье индекс человеческого развития будет приведен и проанализирован исходя из старой методики.

Российская Федерация представлена в рейтинге с 1990 г., так как ранее не было возможности оценивать развитие человеческого потенциала в ней за недостатком данных. В 1990 г. из 118 стран, участвующих в расчете, наша страна занимала 33-е место. Далее индекс стал падать и в 1995 г. она занимала 56-е место. Однако в 2005 г. индекс превысил уровень 1990 г. И с середины 2000-х гг. Россия вновь закрепилась среди стран с высоким уровнем человеческого развития.

Следует отметить, что анализировать индекс только по месту в рейтинге не всегда корректно, поскольку из года в год рейтинг составляется для все большего количества стран, и передвижение в нем не обязательно связано с ростом или снижением значения индекса.

Изменения ИЧР в Российской Федерации характеризуются положительной динамикой, что наглядно можно проследить на рисунке 1.

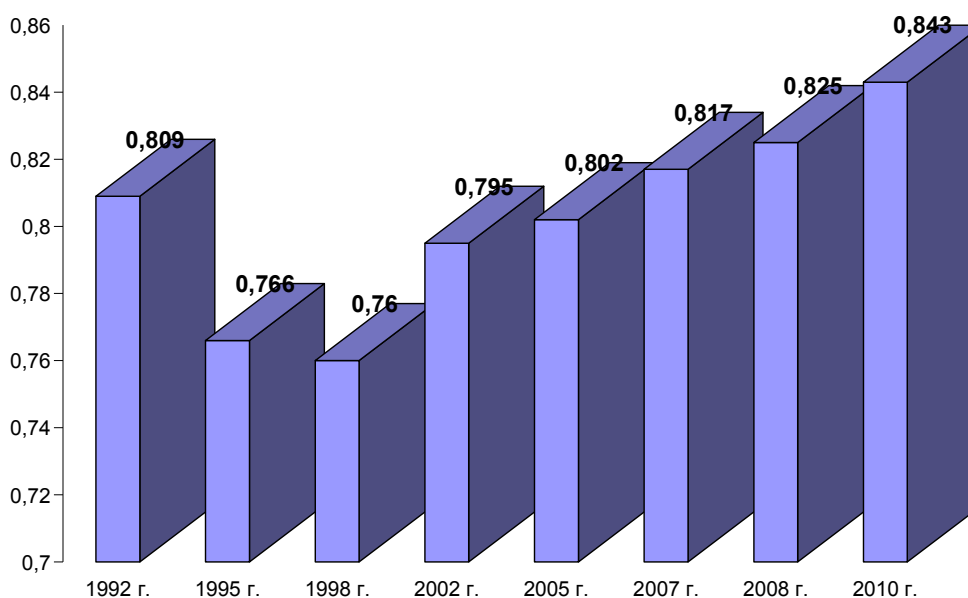


Рис. 1. Динамика индекса человеческого развития России (составлено по данным отчетов ПРООН) [8]

По итогам отчета ПРООН 2013 года, Россия по индексу человеческого развития заняла 55-е место из 186 государств и территорий с ИЧР 0,843 и находится в середине списка высокоразвитых [6]. Доклад о развитии человека форми-

руется с отставанием в два года, таким образом, доклад за 2013 г. составляется по данным на 2011 г. частично 2012 г.

Значение компонентов сводного индекса свидетельствуют о серьезном дисбалансе в развитии России: несмотря на высокий уровень образования, величины двух других показателей остаются весьма низкими. Так, по средней ожидаемой продолжительности жизни при рождении Россия находится на 124 месте. Данный показатель составляет 68,83 года. По валовому национальному доходу на душу населения – \$ 19 674 в год, Россия находится на 56 месте. По такому параметру, как образование (средняя грамотность составляет 99,7%, доля учащихся – 75,5%), наша страна находится на 49 месте.

В целом, как отмечают исследователи ПРООН, на показатели России негативно влияют социальное неравенство, экологические проблемы, а также низкая продолжительность жизни, свойственная скорее неблагополучным странам. Например, по этому показателю Россию уже обогнали такие государства, как Ирак и Бангладеш. Авторы исследования указывают, что в России (и других странах-экспортерах нефти и газа на постсоветском пространстве) делается очень сильный акцент на использование природных ресурсов, а не на диверсификацию экономики, что может серьезно повлиять на устойчивость и стабильность человеческого развития в последующие годы. Следует отметить, что Россия, тем не менее, пока опережает в рейтинге своих соседей по БРИК. Среди крупнейших государств с быстрорастущей экономикой Бразилия занимает в рейтинге 85 место, Китай – 101, а Индия – 136 [6].

Далее рассмотрим изменение индекса человеческого развития в регионах Сибирского федерального округа. Стоит заметить, что территория Сибирского федерального округа составляет 30% от территории Российской Федерации, а сам округ представлен 12 регионами.

Рейтинг регионов Сибирского федерального округа по индексу развития человеческого потенциала включает в себя следующие показатели:

1. Реальный ВВП на душу населения (в долларах США по паритету покупательной способности).
2. Индекс дохода.
3. Ожидаемая продолжительность жизни, лет.
4. Индекс долголетия.
5. Грамотность, в процентах.
6. Доля учащихся в возрастах 7-24 лет, в процентах.
7. Индекс образования.

Итоговый индекс развития человеческого потенциала рассчитывается как среднеарифметическая сумма значений трех компонентов: индекса долголетия, индекса образования (состоящего из индекса грамотности с весом в 2/3 и индекса охвата обучением с весом 1/3) и индекса дохода. Первое место в рейтинге соответствует наивысшему значению ИЧР. Значение ИЧР 0,800 является нижней границей уровня развитых стран.

Индекс человеческого развития в регионах Сибирского федерального округа, рассчитанный по итогам 2010 года и частично 2011 г., и его составляющие представлены в таблице 1.

По результатам доклада 2013 года «Устойчивое развитие: вызовы Рио» (составленного по данным 2010 г.) Москва признана самым благополучным регионом в России. В пятерку наиболее благополучных вошли также Санкт-Петербург, Тюменская, Сахалинская и Белгородская область.

На первых местах по рейтингу человеческого развития в СФО находятся Красноярский край (1 место) и Томская область (2 место). Данные регионы вошли в первую десятку рейтинга регионов РФ, 7 и 9 место соответственно.

В регионах СФО индекс за 2010 год незначительно вырос по сравнению с предыдущим годом. Быстрее всего рос ИЧР Красноярского края благодаря опережающему экономическому росту за счет добычи нефти и газа.

В Республике Тыва выросла продолжительность жизни и другие показатели индекса, однако она занимает последнее место в рейтинге как среди субъектов России, так среди регионов СФО.

Алтайский край занимает 56 место из 80 регионов и субъектов РФ и 8 место среди регионов СФО. ИЧР Алтайского края составляет 0,805, это свидетельствует о том, что данный показатель находится на нижней границе, характерной для уровня развитых стран.

Ожидаемая продолжительность жизни в Алтайском крае составляет 68,54 года, что соответствует средним показателям по России (68,3 года). Индекс долголетия, таким образом, составил 0,726. При этом среди регионов СФО край занимает четвертое место по ожидаемой продолжительности жизни, после Новосибирской, Омской и Томской областей. Среди регионов и субъектов РФ Алтайский край занимает 34 место.

Благоприятные социально-экономические условия в крае способствуют увеличению продолжительности жизни населения: в 2005 г. для всего населения она составила 64,6 лет; в 2012 г. – 69,1 лет. К 2025 году прогнозируется увеличение продолжительности жизни в крае до 72,2 лет (рис. 2) [1].

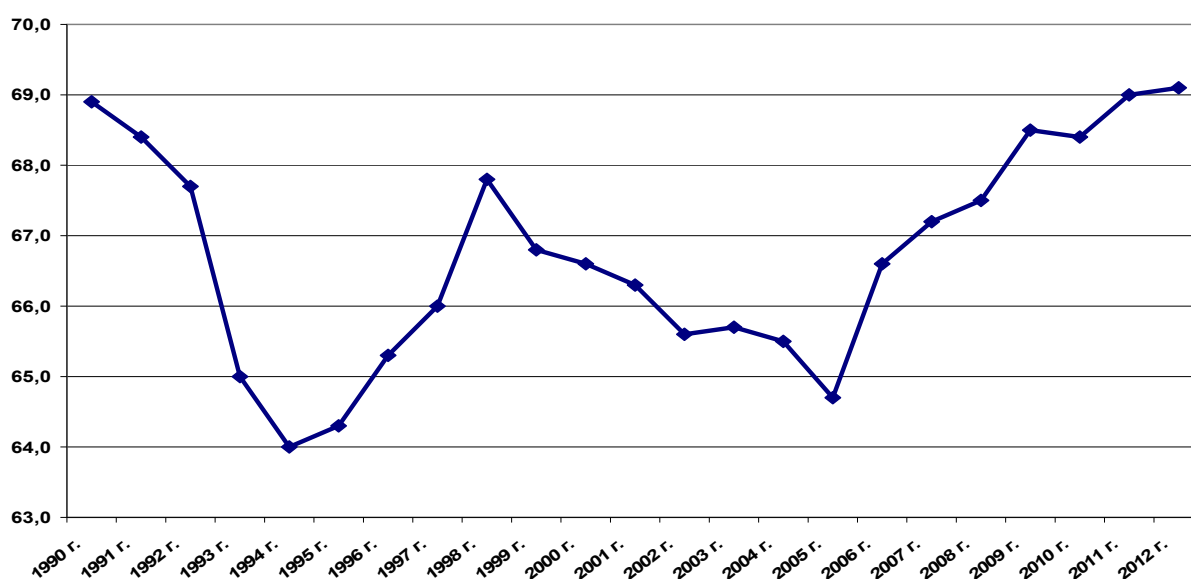


Рис. 2. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении в Алтайском крае (число лет)

Таблица 1

Индекс человеческого развития в регионах СФО (по данным 2010-2011 гг.) [3]

Регион	ВВП, ППС	Индекс дохода	Продолжи- тельность жизни, лет	Индекс долго- летия	Грамот- ность, %	Доля уча- щихся, %	Индекс образо- вания	ИЧР	Место в рейтинге	
									СФО	РФ
Россия	19674	0,882	68,83	0,731	99,7	0,755	0,916	0,843		
Москва	39226	1	73,56	0,809	99,99	0,953	0,984	0,931		1
Санкт-Петербург	24551	0,919	71,49	0,775	99,9	0,908	0,969	0,887		2
Тюменская область	60363	1	69,72	0,745	99,7	0,755	0,916	0,887		3
Сибирский федеральный округ										
Красноярский край	27100	0,935	67,76	0,713	99,6	0,754	0,915	0,854	1	7
Томская область	20638	0,89	68,61	0,727	99,7	0,828	0,941	0,852	2	9
Омская область	16591	0,853	68,83	0,731	99,5	0,821	0,937	0,84	3	13
Новосибирская область	13745	0,822	69,18	0,736	99,6	0,806	0,933	0,83	4	22
Кемеровская область	20891	0,892	65,66	0,678	99,7	0,72	0,905	0,825	5	27
Иркутская область	17745	0,864	65,52	0,675	99,6	0,785	0,926	0,822	6	31
Республика Хакасия	14079	0,826	67,26	0,704	99,7	0,742	0,912	0,814	7	42
<i>Алтайский край</i>	10690	0,78	68,54	0,726	99,5	0,738	0,909	0,805	8	56
Республика Бурятия	10771	0,781	65,93	0,682	99,5	0,785	0,925	0,796	9	69
Забайкальский край	12224	0,802	64,73	0,662	99,5	0,725	0,905	0,79	10	72
Республика Алтай	7605	0,723	65,92	0,682	99,5	0,788	0,926	0,777	11	78
Республика Тыва	8064	0,733	61	0,6	99,6	0,762	0,918	0,75	12	80

ВВП на душу населения в регионе составляет 10,690 тыс. долларов. По данному показателю Алтайский край находится на 10 месте, после Забайкальского края с уровнем ВВП на душу населения 12,224 тыс. долларов (8 место) и Республики Бурятия (10,771 тыс. долларов; 9 место). Меньше, чем в Алтайском крае, этот показатель в СФО только в республиках Тыва (8,064 тыс. долларов) и Алтай (7,605 тыс. долларов). На фоне России Алтайский край находится на 62 месте. Средний показатель по России составляет 19,674 тыс. долларов, что практически 1,8 раза больше, чем показатель Алтайского края.

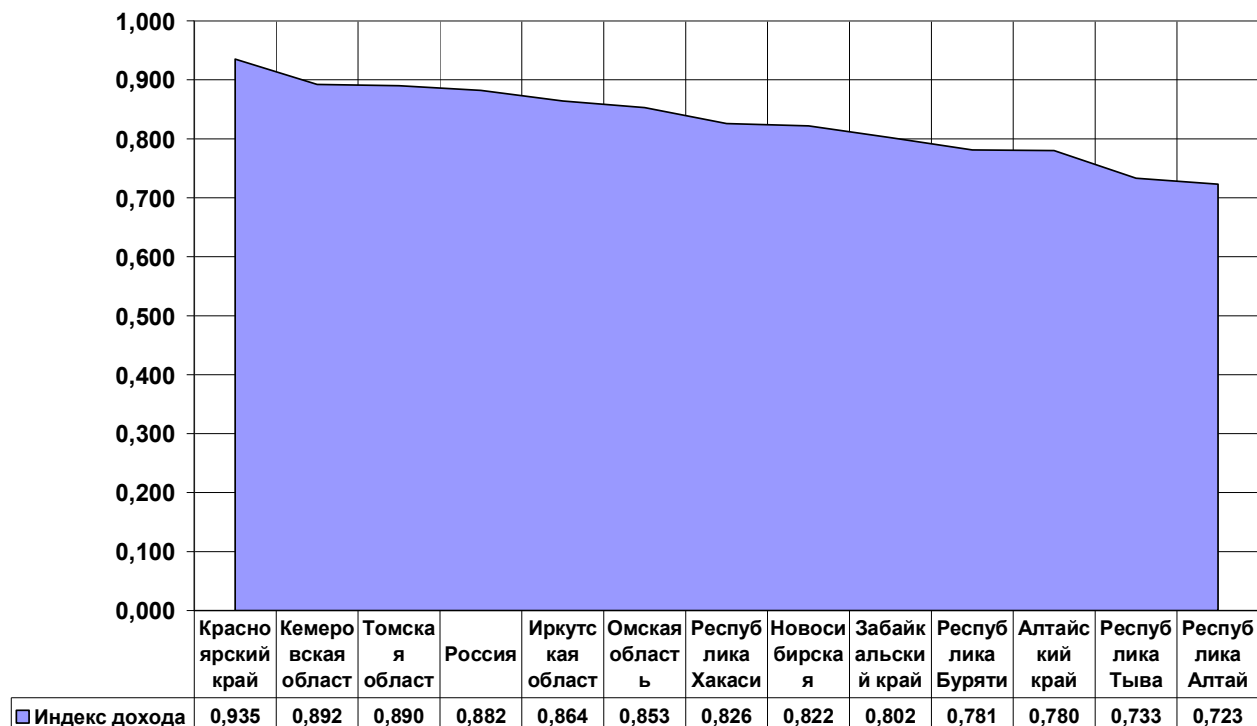


Рис. 3. Индекс дохода регионов СФО

Одним из показателей уровня жизни является также среднемесячная зарплата, которая в Алтайском крае за 2013 год выросла на 12,5 %, что выше, чем по России (на 0,2 п.п.), за последние 8 лет – в 3,7 раза, что также превышает среднероссийское значение. Тем не менее по абсолютному значению средней зарплаты – чуть более 18 тыс. рублей (18007,6) – край занял только 12 место в СФО и лишь 76 по России [7]. Следует заметить, что огромное число жителей края живет за пределами этих цифр. Многие получают заработную плату меньше, чем средняя по региону. Для некоторых цифра в 8-10 тысяч – это суровая реальность.

Согласно рейтингу, индекс образования Алтайского края составил 0,909. По данному показателю край находится на 10 месте среди регионов СФО (рис. 4).

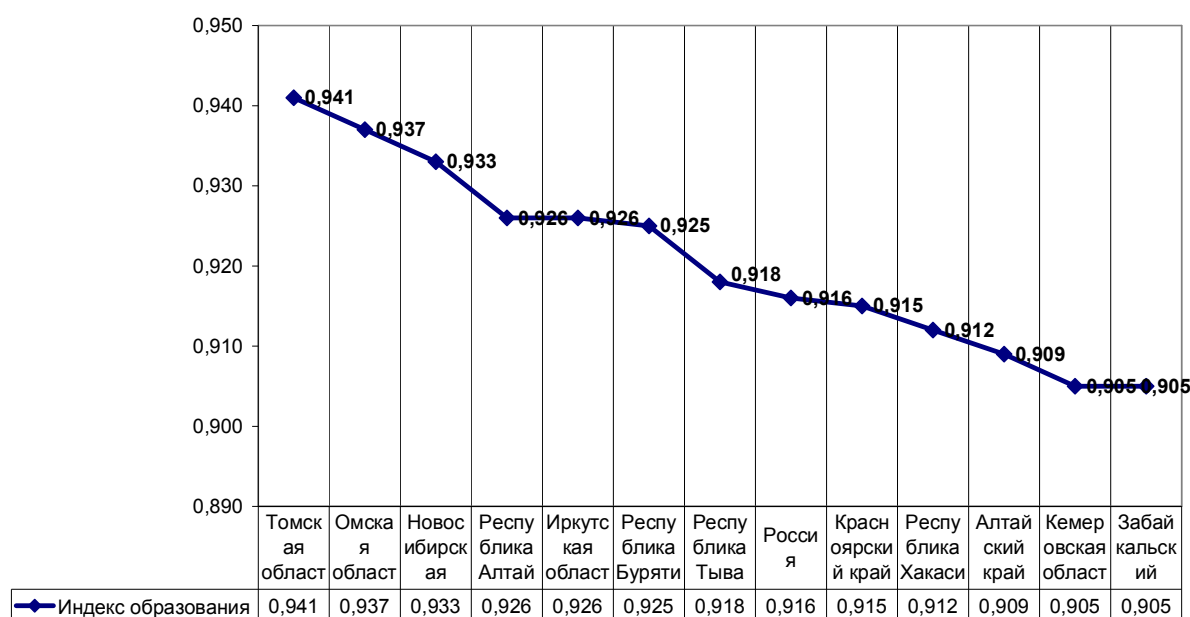


Рис. 4. Индекс образования регионов СФО

Процент грамотности среди населения Алтайского края равен 99,5, т.е. только 0,5% жителей региона являются безграмотными, тогда как в Томской и Кемеровской областях процент равен 0,3, а в Новосибирской области – 0,6. Доля учащихся в возрастах 7-24 лет составляет 0,738 (при средних показателях по СФО – 0,766, по РФ – 0,821).

По качеству человеческого капитала Алтайский край из года в год улучшает свои показатели, однако стоит заметить, что на фоне других регионов положение меняется незначительно (табл. 2).

Таблица 2

Индекс развития человеческого потенциала в Алтайском крае
(по данным 2008-2010 гг.) (составлено по [2, 3, 5])

Показатель	ВВП долл. ППС	Индекс дохода	ОПЖ	Индекс долголетия	Грамотность	Доля учащихся в возрастах 7-24 лет	Индекс образования	ИРЧП
данные за 2008 г.	8 314	0,738	67,52	0,709	98,20	69,000	0,885	0,777
место в рейтинге СФО	10	10	4	4	12	8	11	8
место в рейтинге РФ	63	63	34	34	76	53	65	57
данные за 2009 г.	10 295	0,773	68,52	0,725	98,2	0,707	0,89	0,796
место в рейтинге СФО	10	10	3	3	12	8	9	8
место в рейтинге РФ	63	63	30	30	76	52	61	59
данные за 2010 г.	10 690	0,78	68,54	0,726	99,5	0,738	0,909	0,805
место в рейтинге СФО	10	10	4	4	9	10	10	8
место в рейтинге РФ	62	62	34	34	70	50	50	56

В заключение следует отметить, что имеющиеся статистические данные позволили охарактеризовать условия человеческого потенциала на региональном уровне. Значение компонентов индекса развития человеческого потенциала свидетельствуют о серьезном дисбалансе Алтайского края: несмотря на высокий уровень долголетия, величины двух других показателей (уровень дохода и образования) остаются весьма низкими, что выводит Алтайский край на 56 место из 80 регионов и субъектов РФ и 8 место среди 12 регионов СФО. Значение самого показателя ИРЧП, которое составляет 0,805, свидетельствует о том, что данный показатель находится на нижней границе, характерной для уровня развитых стран. Исправить сложившуюся ситуацию может лишь устойчивое развитие уровня жизни в длительной перспективе, которое обеспечит только эффективная социальная и региональная политика.

Библиографический список

1. В Алтайском крае прогнозируется увеличение продолжительности жизни [Электронный ресурс] Информационно-аналитический портал // <http://www.doc22.ru/information/expert/4712>.
2. Доклад о развитии человеческого потенциала в регионах России на 2010 год [Электронный ресурс] // <http://gtmarket.ru/news/state/2010/10/29/2715>.
3. Доклад о развитии человеческого потенциала в регионах России на 2013 год [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/06/17/6014>.
4. Индекс развития человеческого потенциала – информация об исследовании [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/human-development-index/human-development-index-info>.
5. Индекс развития человеческого потенциала в регионах России – подробные данные 2009 года и динамика за 2002-2009 гг. [Электронный ресурс] // <http://boris.bikbov.ru/2012/08/30/indeks-razvitiya-chelovecheskogo-potentsiala-v-regionah-rossii-podrobnyie-dannyie-2009-g-i-dinamika-za-2002-2009-gg/>.
6. Индекс человеческого развития в странах мира 2013 года [Электронный ресурс] // <http://gtmarket.ru/news/2013/03/14/5622>.
7. Отчет об итогах социально-экономического развития Алтайского края в 2013 году [Электронный ресурс] // http://www.altaregion22.ru/gov/administration/glava/society_economy/otchet-gubernatora-2013/otchet-ob-itogakh-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-altayskogo-kрая-v-2013-godu.php.
8. Официальный сайт ПРООН [Электронный ресурс] // <http://www.undp.ru/>.

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ АГРОПРОМЫШЛЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ

Ж.С. Джуманазарова

ВКГТУ им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск

Новый этап развития, на котором сейчас находится агропромышленный комплекс Казахстана, требует решения стратегических задач, поставленных перед отраслью. В связи с ведущей ролью АПК в обеспечении продовольственной безопасности Казахстана, государство разрабатывает новые программы, увеличиваются объемы финансирования отрасли, эффективней становятся инструменты государственной поддержки.

В стратегии «Казахстан – 2050» Президент Казахстана Н. Назарбаев отметил: «...угроза продовольственной безопасности для нашей страны и региона является одной из глобальных вызовов, необходима масштабная модернизация сельского хозяйства, особенно в условиях растущего глобального спроса на сельхозпродукцию». В экономическом развитии страны приоритетное значение имеет достижение высокого уровня жизни народа, что в значительной степени обусловлено продовольственной обеспеченностью, степенью развития производства сельскохозяйственного сырья и пищевых продуктов.

Отсюда следует, что роль АПК как многофункциональной системы сегодня следует рассматривать с экономических, социальных, экологических и политических позиций. Успешное решение проблем сельскохозяйственного производства на современном этапе требует нового понимания, комплексных подходов в организации и управлении отраслью.

Агропромышленный комплекс – один из наиболее перспективных сфер экономики Казахстана. Немногие государства имеют аналогичный потенциал развития сельского хозяйства. Уже сегодня становится очевидным, что с ростом населения планеты страны, способные экспортировать продовольствие, станут главными на мировом рынке. Казахстан всегда имел репутацию республики с сильными сельскохозяйственными традициями.

Однако продовольственный кризис, о котором все чаще говорят эксперты, а также наблюдающаяся сегодня в мире экономическая нестабильность превносят свои коррективы в развитие аграрного сектора.

Особую актуальность проблема повышения конкурентоспособности АПК приобретает на региональном уровне. Регионы, в которых агропромышленное производство обеспечивает значительную долю валового регионального продукта, должны быть ориентированы в своей аграрной политике на создание конкурентных преимуществ агропроизводственных систем как основы повышения конкурентоспособности региональной экономики в целом.

Под стратегическим управлением региональным АПК понимается особый вид управленческой деятельности, состоящий в разработке стратегических решений, предусматривающих выдвижение таких целей регионального АПК и механизма их достижения, реализация которых обеспечивает его эффективное функционирование в долгосрочной перспективе, быструю адаптацию к изменяющимся условиям внешней среды.

Главной задачей отечественного сектора является, прежде всего, обеспечение продовольственной безопасности страны и на основе этого – стабильное обеспечение растущей потребности населения в качественной, экологически чистой, доступной сельскохозяйственной продукции. Кроме того, необходимо устойчиво развивать экспортный потенциал продуктов питания сельского хозяйства на международном рынке.

В связи с этим разрабатываются необходимые для развития экономики отраслевые программы. Здесь важно отметить, что главное не в количестве принятых программ, а в достижении запланированных конечных целей, предусмотренных при прогнозировании стратегических планов любой отрасли. К сожалению, часто приходится констатировать, что порой по одному и тому же направлению принимается несколько программ, которые в отдельных случаях противоречат друг другу и в результате не достигают намеченных целей. Принятая в 2013 год программа «Агробизнес-2020» отличается от предыдущих, прежде всего, комплексным подходом в области развития сельскохозяйственного производства. Механизмы в этом документе реальным образом создают аграриям большие возможности для рентабельной деятельности и повышения конкурентоспособности на рынке сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

До 2020 года планируется направить более 3 трлн. тенге для реализации намеченных целей. Порядка 70 % от этой суммы предполагается направить на мероприятия по повышению экономической доступности казахстанских товаров, работ и услуг, 14 % – на развитие государственного обеспечения агропромышленного комплекса, 10 % – на финансовое оздоровление предприятий и хозяйствующих субъектов отрасли.

Программой запланировано увеличение объема государственной поддержки сельского хозяйства в 4,5 раза к 2020 г. за счет субсидирования субъектов АПК. Планируется увеличить физические объемы производства сельскохозяйственной продукции в 1,5 раза, а также повысить производительность труда в расчете на одного занятого в отрасли в 3 раза. Предлагается поднять экспортную выручку от реализации продукции АПК на 20% и обеспечить продовольственную независимость республики по основным продуктам питания на уровне 80% за счет внутреннего рынка.

По целевой программе «Жайлау 2013-2023» предусматривается развитие семейных животноводческих ферм. «Жайлау 2013-2023», по сути, является продолжением уже действующей программы «Сыбаға». Мировая практика показывает, что за последние 50-80 лет показателей в животноводстве добились те страны, которые в свое время принимали программу по развитию фермерских хозяйств на основе семейного типа. Так, фермы в Австралии традиционно были семейными, переходили от поколения к поколению. Открытие и внедрение новых технологий там является важным фактором производства продукции высокого качества по низкой цене. В Канаде около 98 % фермерских хозяйств являются семейными предприятиями. Как считают российские эксперты, создание семейных ферм – это путь возрождения отрасли животноводства и обеспечения внутреннего рынка отечественной продукцией.

В Казахстане внимание государства к проблемам сельского хозяйства с каждым годом возрастает. Увеличиваются объемы финансирования отрасли, разрабатываются новые программы, эффективней становятся инструменты государственной поддержки. Увеличивается валовой выпуск продукции, растут инвестиции в отрасль, вводятся новые сельскохозяйственные объекты. Вместе с тем в обществе все чаще возникает вопрос: почему в таком случае увеличивается импорт сельхозпродукции, растут цены на продовольственные товары и не меняется структура его экспорта? Дело в том, что большая часть отечественной сельхозпродукции недостаточно конкурентоспособна на мировом рынке, что объясняется прежде всего уровнем применяемых в производстве технологий. Следовательно, проблема заключается не столько в повышении объема сельскохозяйственных субсидий, сколько в восстановлении научного обеспечения отрасли.

Сегодня необходим качественный прорыв в вопросах технологической модернизации – нужны доступные и эффективные инновации в АПК: оптимальные агротехнологии, высокоурожайные сорта и гибриды, высокопродуктивные животные, высокопроизводительные машины и оборудование. Основой для создания таких инноваций может служить только собственная высокоразвитая система аграрных исследований. Например, в Австралии при более жестких природных условиях, чем в Казахстане, урожайность пшеницы почти в 2 раза выше. Австралийские ученые непрерывно совершенствуют биотехнологии, позволяющие создавать исключительные по характеристикам сорта. Достижения науки в области геномики дают возможность значительно ускорить и удешевить селекцию сельскохозяйственных культур.

Другой пример из области животноводства. Вопросы улучшения поголовья КРС в таких странах, как США, Франция и Канада, сегодня решаются не путем завоза племенного скота из-за рубежа, а через планомерное улучшение породного состава с применением геномной селекции. Изучив особенность генотипа, на основе специальной методики удается еще в раннем возрасте спрогнозировать хозяйственную ценность конкретного животного и определить наилучшее направление использования его потенциала. В дальнейшем для ускоренного повышения племенной ценности стада широко используются новейшие репродуктивные технологии. В результате применения только геномной селекции во Франции за 20 лет ежегодный надой молока на одну корову увеличился с 4 до 6 тонн. При этом качество молока стабилизировалось с учетом требований для различных направлений переработки.

Еще один яркий пример инновационного развития в сельском хозяйстве – Нидерланды. Страна размером с пятую часть нашей Алматинской области экспортирует почти на 50 млрд. долларов сельхозпродукции в год, являясь вторым в мире экспортером по этому показателю после США.

Как видно из приведенных примеров, общей чертой сильнейших сельскохозяйственных держав мира является главенствующее положение аграрной науки, которая находится в основе не только сельскохозяйственного производства, но и государственной политики в целом. Вот почему Н. Назарбаев в нынешнем Послании подчеркнул необходимость развития отечественной системы

сельскохозяйственных исследований и развития АПК на основе агроинновационного кластера.

В настоящее время формируются новые тенденции мировой аграрной экономики, реальное развитие получили интеграционные процессы, происходят глобальные климатические изменения. Казахстан вошел в Таможенный союз, планируется вхождение в ВТО. Однако низкий уровень производительности труда в отрасли, несовершенство используемых технологий, мелкотоварность производства не позволяют вести сельхозпроизводство на интенсивной основе, обеспечивать наиболее полное использование материальных, трудовых и других ресурсов, соблюдать экологические требования. Эти факторы снижают конкурентоспособность отечественного аграрного сектора, что в условиях ВТО и ТС может привести к доминированию импортной продукции, вытеснению местных производителей с рынков сбыта.

Создание действующего и социально-ориентированного экономического механизма хозяйствования, направленного прежде всего на развитие среднего и крупного сельскохозяйственного предприятия – одно из самых значительных достижений правительств и научных учреждений развитых зарубежных стран. Наличие четкой системы экономического регулирования и поддержки сельхозтоваропроизводителей в условиях рыночной экономики позволяет аграрному сектору таких государств не только опережать конкурентов по производству продукции на душу населения, но и гарантировать, что немаловажно, социальную стабильность.

Отечественные сельхозпредприятия не располагают достаточно надежной системой взаимосвязанных приемов, методов и стимулов регулирования экономических отношений в сфере производства, обмена, распределения и повышения эффективности принимаемых хозяйственных решений. И здесь первоочередное значение приобретает государственное регулирование, которое должно обеспечить проведение интервенционной политики с целью сбалансирования спроса и предложения на сельскохозяйственную продукцию, защиту интересов производителей.

Опыт развитых стран показывает, что государственное регулирование агропромышленного сектора экономики путем всесторонней поддержки производителей является приоритетным направлением аграрной политики. Развитые страны при этом используют много экономических рычагов – платежи из бюджета, поддержка цен, субсидии, действие которых позволяет создать благоприятную конъюнктуру для обеспечения устойчивого функционирования агропромышленного комплекса и формирования эффективной социально-производственной инфраструктуры в сельской местности. У нас в стране складывается другая ситуация – более чем из 188 тысяч крестьянских и фермерских хозяйств животноводством занимаются только 19 тысяч. Удельный вес действующих крестьянских и фермерских хозяйств к общему числу 10,2 %, удельный вес ферм со средне- и крупнотоварным производством – 1,9%. Сложившаяся экономическая система сельского хозяйства в республике свидетельствует о необходимости дальнейшего развития крестьянских фермерских хозяйств и семейных животноводческих ферм.

Основные проблемы развития семейных животноводческих ферм в Казахстане – это отсутствие законодательной базы, регулирующей их деятельность и отсутствие необходимой инфраструктуры для трансформации личных подсобных хозяйств населения в животноводческие семейные фермы. Неэффективное использование земель, отсутствие свободной земли рядом с населенными пунктами привело к перегрузке пастбищ и их высокой степени деградации. Природные пастбища из-за отсутствия скотоотгонных коридоров, электричества, водисточников, жилья используются нерационально. Кроме того, нет целенаправленной работы по улучшению пастбищ и сенокосов, в результате чего на них произошли деградация травостоев, развитие эрозионных процессов и снижение плодородия почв. В связи с этим из-за низкой продуктивности естественных кормовых угодий слабо развивается и кормовая база. К сожалению, в законодательном поле все эти издержки не отрегулированы из-за отсутствия закона о пастбищах. Для строительства новых семейных ферм власти должны предоставить земельные участки, близко расположенные к имеющимся коммуникациям. Обеспечение инфраструктуры предлагается осуществить в соответствии с планом действий Правительства РК по реализации «Дорожной карты».

В ходе реализации решаются и такие задачи, как освоение свободных сельских территорий и земельных участков, введение в оборот неиспользуемых отгонных пастбищ, внедрение высокопроизводительной техники и инновационных технологий.

Логика дальнейших экономических преобразований в РК требует перехода на качественно новый уровень роста в аграрной сфере. Связанного с формированием рациональной структуры агробизнеса, повышением уровня агротехнологий, переходом к маркетинговой стратегии сельхозпроизводства, импортозамещения на внутреннем рынке, активизации экспорта в страны ближнего и дальнего зарубежья.

Библиографический список

1. Казахстан в 2012 году. Статистический ежегодник Казахстана. – Астана, 2013.
2. Назарбаев Н.А. Ежегодные Послания народу Казахстана. – Астана, 2013, 2014.
3. Программа развития агропромышленного комплекса РК на 2013-2020 - «Агробизнес – 2020». Астана, 2013.
4. Аграрная программа РК «Жайлау – 2013-2023». – Астана, 2013.
5. Стратегия индустриально-инновационного развития РК на 2003-2015 гг.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО РЫНКА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

К.К. Жайлемысова, А.М. Закимова

*Восточно-Казахстанский государственный технический университет
им. Д.Серикбаева*

В наши дни рекламу воспринимают не просто как пропаганду какого-либо товара или услуги. Сейчас реклама расценивается уже как своеобразный вид искусства, благодаря которому компания может как завоевать новые рыночные сегменты, так и потерять уже имеющиеся. Общеизвестно, что на сегодняшний день и среди производителей, и среди продавцов наблюдается жесткая конкуренция. И по этой причине для сохранения и роста уровня продаж необходимо непрерывное привлечение потребителей.

Казахстанский рынок рекламы в течение последних десяти лет динамично развивается, о чем свидетельствует ежегодный прирост денежных средств, тратящихся разными организациями и учреждениями на рекламу своих товаров или услуг. Однако характер рекламных обращений отличается однообразием. Это побуждает рекламодателей уделять внимание поиску новых способов, как с помощью рекламы заинтересовать потенциальных покупателей. Вместе с тем, проблема обновления рекламного рынка Казахстана связана с научно-техническим прогрессом, позволяющим рекламодателям использовать последние технологии в целях привлечения клиентов. В этой связи в условиях развития рекламного рынка и его интенсивного роста важно не только обеспечить новизну рекламных идей, но и организовать их постоянное совершенствование, что становится возможным в рамках применения инновационных технологий.

Одно из центральных мест в системе маркетинговых коммуникаций занимает реклама (англ. advertising, амер. сленг – ad). Из многочисленных определений рекламы можно выделить следующие:

«Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей или услуг от имени известного спонсора» (определение Американской маркетинговой ассоциации (АМА) [1]).

«Реклама – это платное, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие виды связи, агитирующие в пользу какого-либо товара, марки, фирмы (какого-то дела, кандидата, правительства)» [2].

Некоторые специалисты рассматривают рекламу «как форму коммуникации, которая пытается перевести качества товаров и услуг, а также идеи на язык нужд и запросов потребителя» [3].

«Реклама – коммуникация с аудиторией посредством неличных оплачиваемых каналов; аудитория четко представляет источник послания как организацию, оплатившую средства распространения рекламы» [4].

Как видим, в различных определениях отражаются разные подходы к сложному и многостороннему понятию «реклама». Выделим основные черты,

коммуникационные характеристики рекламы как одного из главных средств СМК. Наиболее важными из этих характеристик представляются следующие:

1. Неличный характер.
2. Односторонняя направленность рекламного обращения от продавца к покупателю.
3. Неопределенность с точки зрения измерения эффекта рекламы.
4. Общественный характер.
5. В рекламном объявлении четко определен рекламодатель, спонсор, субъект, за чей счет и от чьего имени осуществляется реклама.
6. Реклама не претендует на беспристрастность.
7. Броскость и способность к увещанию.

Основные функции рекламы соответствуют общим целям системы маркетинговых коммуникаций, которые рассмотрены выше. В зависимости от целей, определяемых конкретной рыночной ситуацией, реклама может максимально эффективно решать следующие задачи:

- информирование (формирование осведомленности и знания о новом товаре, конкретном событии, о фирме и т.п.);
- увещание (постепенное, последовательное формирование предпочтения, соответствующего восприятию потребителем образа фирмы и ее товаров; убеждение покупателя совершить покупку; поощрение факта покупки и т. д.);
- напоминание (поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках между покупками, напоминание, где можно купить данный товар) и другие задачи;
- удержание покупателей, лояльных к рекламируемой марке;
- создание «собственного лица» фирмы, которое отличалось бы от образов конкурентов. Обозначающее эту функцию сленговое выражение «отстройка от конкурентов» стало уже общепринятым термином.

В конечном итоге все функции рекламы, так же как и других элементов комплекса маркетинга, сводятся к достижению основных целей СМК: формирование спроса и стимулирование сбыта [5].

В числе прочих элементов комплекса маркетинговых коммуникаций можно назвать стимулирование сбыта, личную продажу, паблик рилейшнз. Ряд специалистов относит сюда также и упаковку, хотя она, несомненно, выполняет и другие функции (прежде всего по обеспечению эффективного хранения и транспортировки товара).

Стимулирование сбыта – маркетинговая деятельность, отличная от рекламы, пропаганды и личных продаж, стимулирующая покупки потребителей и эффективность дилеров: выставки, демонстрации, различные неповторяющиеся сбытовые усилия.

Проведение мероприятий по стимулированию сбыта на сегодняшний день получает все большее развитие в Казахстане и является эффективным и сравнительно недорогим методом привлечения потенциальных покупателей.

Стимулирование сбыта используется в случаях, если требуется:

- увеличить объем продаж в краткосрочном периоде;
- поддержать приверженность покупателя определенной марке, фирме;
- вывести на рынок новинку;
- поддержать другие инструменты продвижения.

Описание основных средств стимулированию сбыта дается ниже в таблице, в которой объединены классификации Ф. Котлера [1], Д. Ксарделя [6], Бергмана и Эванса [7].

Таблица 1

Основные средства стимулированию сбыта

Средства по стимулированию сбыта	Характеристика	Комментарии
1	2	3
Образцы товара	Это предложение товара потребителям бесплатно или на пробу. Образцы могут разносить по принципу «в каждую дверь», рассылать по почте, раздавать в магазине, прилагать к другому товару.	Считается самым эффективным и дорогим способом представления товара.
Купоны	Это сертификаты, дающие потребителю право на оговоренную экономию при покупке конкретного товара. Купоны можно рассылать по почте, прилагать к другим товарам, включать в рекламные объявления.	Могут быть эффективными для стимулирования сбыта: уже зрелого марочного товара; для поощрения потребителей опробовать новинку.
Упаковки по льготной цене	Предложение потребителю определенной экономии против обычной цены товара. Информацию о них помещают на этикетке или на упаковке товара. Это может быть: упаковка по сниженной цене (например, две пачки по одной цене); упаковка-комплект, когда продается набор из сопутствующих товаров.	Эффективный способ стимулировать кратковременный рост сбыта товара (эффективнее купонов).
Премия	Это товар, предлагаемый по довольно низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара.	Данный способ эффективен для фирм, которые расширяют свой ассортимент и предлагают новый товар. Во-вторых, потребитель любит получать подарки (особенно от фирм, распространяющих марочные товары).
Сувениры	Небольшие подарки клиентам: ручки, календари, блокноты и т. п. Призваны напоминать клиенту о фирме, ее товарах.	Могут быть эффективными при стимулировании сбыта зрелого марочного товара.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Экспозиции и демонстрации товара в местах продажи	Представление товара, фирменных знаков на месте продажи: на окнах магазина, на прилавках, на стендах. Обычно данные материалы поставляются производителями.	Стимулируют импульсивные покупки.
Конкурсы	Потребители должны что-то представить на конкурс, например, куплет, прогноз, предложение и т. п. Представленные материалы оценивает специальное жюри и отбирает лучшее из них. Победа на конкурсе обеспечивается знаниями и навыками. Конкурс позволяет получить денежный приз, путевку и т. п.	Эффективны для оживления спроса на знакомый потребителю товар.
Лотереи	Лотерея требует, чтобы потребители заявили о своем участии в розыгрыше. Победитель определяется случаем из множества, от участника не требуется специальных знаний.	Целесообразно использовать в почтовой рекламе.
Предельный срок	Предложение может оставаться в силе только до определенного момента, побуждает клиента быстро принять решение.	Очень важна своевременная доставка рекламного обращения.
Альтернатива по принципу «да»-«нет»	Клиент выбирает между положительным и отрицательным ответом. На его выбор влияет: этикетка со словами «да»-«нет», которая наклеивается на бланк заказа; слово «да» печатается крупными цветными буквами с картинкой, а слово «нет» - маленькими черными буквами.	Для сервисных компаний малоприменим.
Многовариантный выбор	Предложение со множеством вариантов основывается на желании облегчить клиенту выбор и предложить ему разнообразные комбинации, чтобы увеличить вероятность удовлетворения его индивидуальных потребностей.	Может быть эффективен при стимулировании сбыта зрелого товара с целью заинтересовать потребителя.
Отрицательный ответ	Фирма автоматически посылает товары клиенту, если он до истечения определенного срока не присылает по почте отрицательный ответ.	Пока клиент удовлетворен продукцией и согласен, ему поступают товары. Для сферы услуг такой способ неприменим.
Бесплатное вступление в клуб	Член клуба обязуется в определенные сроки покупать определенное количество товара, а фирма предоставляет клиенту каталоги, скидки, призы и т. п.	Эффективно, если товар хорошо знаком потребителю и пользуется стабильным спросом.
Привлечение «клиента-друга»	Клиенту, который только что приобрел товар, предлагают за вознаграждение заинтересовать в покупке одного из своих знакомых.	Может быть эффективно при стимулировании сбыта нового товара, еще не так хорошо знакомого потребителю.

Существуют мероприятия по стимулированию сбыта, которые направлены не прямо на увеличение продаж в данной торговой точке, а на создание и повышение имиджа фирмы, что косвенно повышает спрос на ее продукцию. Такие мероприятия проводятся на выставках, дискотеках, ночных клубах, и т.п.

В целом с помощью стимулирования сбыта можно продвигать любую продукцию, но наиболее высокие результаты при проведении мероприятий по стимулированию сбыта достигаются с продукцией, находящейся в фазе внедрения на рынок или спада. После проведения подобных мероприятий спрос на эту продукцию какое-то время повышен, а потом приходит в исходное положение. Но иногда это правило нарушается, например, в случае если потребителю предложено множество вариантов использования товара (если данный товар позволяет это сделать). Стимулирование сбыта оказывается наиболее эффективным при использовании его в сочетании с рекламой.

Следующий элемент комплекса маркетинговых коммуникаций – личная продажа. По определению Ф. Котлера [1], личная продажа – это устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи. Эта форма торговли оказывается наиболее эффективной на стадии формирования покупательских предпочтений, а также непосредственного совершения акта купли-продажи.

Причина заключается в том, что техника личной продажи обладает следующими характерными чертами:

- предполагает живое, непосредственное и взаимное общение между двумя и более лицами;
- способствует установлению разнообразных отношений: от формальных «продавец-покупатель» до крепкой дружбы. Опытный продавец стремится установить с клиентом долговременный контакт;
- заставляет покупателя чувствовать себя в какой-то степени обязанным, что с ним провели беседу, он испытывает более сильную потребность прислушаться и отреагировать.

В процессе личной продажи могут присутствовать элементы стимулирования сбыта: купоны, конкурсы, премии, приглашения, льготы и т.п.

Личная продажа как одна из составных частей комплекса коммуникаций призвана обеспечить формирование благоприятных представлений о товаре и побудить потенциальных покупателей к его приобретению. Она осуществляется путем непосредственного контакта представителя продавца и целевых аудиторий. Многие специалисты, несмотря на ряд преимуществ личной продажи, отмечают ее недостаток – кратковременность эффекта от стимулирования сбыта путем личных продаж.

Пропаганда – следующий элемент маркетинговых коммуникаций – по определению Ф. Котлера [1], определяется как неличное стимулирование сбыта на товар, услугу, общественное движение посредством распространения о них коммерчески важных сведений в средствах массовой информации.

Пропаганда является составной частью более широкого понятия, в понятие деятельности по организации общественного мнения (паблик рилейшнз). По определению Института общественных отношений, Великобритания, паблик

рилейшнз – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью.

В настоящее время целью паблик рилейшнз считается установление двустороннего общения для выявления общих представлений или общих интересов и достижения взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности.

Функции паблик рилейшнз в соответствии с современными представлениями таковы:

- установление взаимопонимания и доверительных отношений между организацией и общественностью;
- создание «положительного образа» организации;
- сохранение репутации организации;
- создание у сотрудников организации чувства ответственности и заинтересованности в делах предприятия;
- расширение сферы влияния организации средствами соответствующей пропаганды и рекламы.

Все эти средства маркетинговых коммуникаций каждый по-своему хороши. Но следует отметить, что в последнее время произошли значительные изменения в рекламном бизнесе: внедрены многочисленные новации в организации и формах рекламирования товаров, традиционные виды рекламы устарели, появились новые виды. Успешное функционирование и стабильное развитие рекламного рынка в условиях рыночной экономики, основанной на конкурентной борьбе, недостижимы без целенаправленной деятельности по постоянному обновлению способов и методов рекламы. В связи с этим в последнее время возникла необходимость уделять большое внимание вопросам новизны и нестандартности рекламы как фактора повышения эффективности рекламной деятельности.

В наши дни рекламу воспринимают не просто как пропаганду какого-либо товара или услуги. Сейчас реклама расценивается уже как своеобразный вид искусства, благодаря которому компания может как завоевать новые рыночные сегменты, так и потерять уже имеющиеся.

Общеизвестно, что объем рекламы на душу населения постоянно растет и в обозримом будущем, вполне возможно, приблизится к критическому. Эффективность рекламных контактов при общем увеличении их количества неумолимо снижается. И среди производителей, и среди продавцов наблюдается жесткая конкуренция. И по этой причине для сохранения и роста уровня продаж необходимо непрерывное привлечение потребителей. Создание эффективной рекламы представляет собой достаточно сложную задачу, поскольку она всегда подразумевает под собой нечто новое и нетрадиционное, что не позволяет разработать четко определенные стандарты, которые позволяли бы рекламодателю осуществлять полный контроль и исключать неэффективные варианты до того, как они будут предоставлены потребителю.

Все более ожесточающаяся конкуренция на рынке товаров и услуг подталкивает к постоянному поиску новых способов завоевать клиента уже на самой

ранней стадии определения его выбора в пользу того или иного товара – на стадии ознакомления с товаром посредством рекламы. Поддержать достигнутый уровень и добиться долговременного успеха смогут те рекламодатели, которые располагают информацией о потребностях потенциальных покупателей и умеют ее правильно использовать в процессе создания рекламы, соответствующим образом выстраивают рекламное обращение, применяя при этом нешаблонные, а также инновационные методы и мысля творчески. Нестандартные, новаторские подходы к созданию рекламы очень важны для рекламодателей. За счет их применения можно повысить эффективность рекламного обращения, а следовательно, и интерес потенциального покупателя.

Но мало придумать идею рекламы, необходимо донести ее до потенциального потребителя, т.е. выбрать носитель рекламного сообщения. Как показывает практика, потребителям уже наскучили стандартные виды наружной рекламы, такие как билборды, и сейчас мало кого можно увлечь развешенными вдоль трасс многочисленными плакатами. Естественно, уменьшается и время контакта потребителя с рекламной поверхностью, что приводит к снижению стоимости размещения рекламы на билбордах. Кроме того, рост продаж чаще всего приводит к увеличению объемов рекламы, а это, в свою очередь, влечет за собой необходимость создания все большего числа оригинальных методов ее выполнения и размещения. Таким образом, постоянное развитие торговли является движущей силой для рекламного бизнеса, который находится в поисках новых способов, которые помогли бы переманить потенциальных покупателей от конкурентов к своей продукции.

Итак, реклама для современного обывателя является скорее устаревшей и даже изрядно поднадоевшей, нежели новой и привлекательной. В настоящее время банальную рекламу стандартного формата и содержания уже нельзя назвать тем эффективным инструментом, которым, по сути, реклама и должна являться изначально. Поэтому совершенно необходимо пересмотреть новые подходы в продвижении товаров.

Современное общество имеет отличительную особенность: стремительное развитие и активное использование информационных и коммуникационных технологий в различных областях человеческой деятельности. Научно-технические или высокие технологии в условиях современности являются основной движущей силой развития экономики как отдельно взятой страны, так и в мировом масштабе. Рекламная деятельность здесь не является исключением и, существуя в условиях жесткой конкуренции, активно использует инновационные технологии не только в анализе, но и в разработках. Бурное развитие технологий видоизменяет медиасреду. Так, все большее распространение получает цифровое телевидение, широкополосный доступ в Интернет и т.д. Эти тенденции, несомненно, оказывают влияние на рекламный рынок, на появление новых видов и форматов рекламы, ориентированных как на активное использование технических новшеств, так и на вовлечение потребителей в рекламную коммуникацию. Темпы развития новых информационных и телекоммуникационных технологий все нарастают, и это открывает уникальные возможности для укрепления со-

вершено нового пласта рекламы в Казахстане, который зародился сравнительно недавно и продолжает развиваться.

Новые инновационные виды рекламы отвлекают взгляд потребителей от примелькавшейся традиционной, и таким образом достигается тот самый необходимый эффект, ради которого, собственно, и организуется рекламная кампания. Любое возникновение эффективно воздействующего на рекламу новшества, как правило, ведет к повышению спроса потребителей на тот или иной товар и увеличению прибыли данной компании. Иными словами, инновационные решения становятся все более и более эффективными, а стандартные и типовые – наоборот.

Рекламные кампании на данный момент уже просто не могут выработать в восприятии потребителя отличительные характеристики своих товаров и услуг. Определенно, такие сильные бренды, как «Coca-Cola», «Nestle», «Mars», «Cadbury», существуют, и их позиции в сознании потребителя достаточно прочны. У каждого из таких брендов есть одна или несколько уникальных характеристик, благодаря которым он выделяется на фоне других. Но сейчас этого не хватает для сохранения своих позиций на рынке. И специалисты постоянно ищут новые методы продвижения товаров и услуг.

И одним из таких, наиболее успешных, методов специалисты по продвижению считают партизанский маркетинг.

Само понятие «партизанский маркетинг» ввёл в обиход и подвёл под него теоретическую базу американский рекламист Джей Конрад Левинсон, в прошлом креативный директор рекламного агентства «Лео Барнетт», опубликовав в 1984 году книгу под таким названием. Книга была адресована владельцам малых бизнесов и посвящена малозатратным способам рекламы.

Термин «партизанский» автор позаимствовал из военного дела, где тот используется для ведения войны силами малых отрядов, не имеющих тяжёлого вооружения – чтобы провести аналогию с малым бизнесом, чей рекламный бюджет невелик, так что фирма не может позволить себе дорогостоящие способы продвижения.

Подход, предложенный Левинсоном, сводился в основном к использованию дешёвых рекламоносителей – таких как визитные карточки, листовки, вывески, буклеты, открытки и т.п. – взамен дорогостоящих. Автор также давал множество приёмов и уловок, позволяющих поднять эффективность такой рекламы и выжать из неё максимальный результат.

Партизанский маркетинг является довольно эффективным при всей его низкой стоимости. Изначально в силу своей малобюджетности он расценивался как инструмент для малого и среднего бизнеса. Сегодня же, когда традиционная реклама уже порядком набила оскомину и потребитель не обращает особого внимания на заезженные сюжеты и поднадоевшие способы подачи рекламы, методы партизанского маркетинга пользуются популярностью и у крупных компаний, среди которых можно назвать Adobe, Mercedes, Volvo, Microsoft, Procter & Gamble и др.

Как уже было отмечено, под партизанским маркетингом понимаются маркетинговые мероприятия, выходящие за рамки стандартных способов продви-

жения товара и рекламных коммуникаций и в то же время не являющиеся слишком уж затратными. Что значит «использовать партизанские методы»? Это значит не вкладывать все силы в один удар, про который еще неизвестно, достигнет ли он своей цели, будучи прямым и очевидным, а разделить его на точечные удары, которые хоть и будут относительно недорогие, но зато уж наверняка эффективные.

Преимущество партизанского маркетинга над другими видами маркетинга в первую очередь заключается в том, что он не требует больших материальных вложений. Главная его особенность состоит в использовании любого, даже самого неожиданного случая контакте с потенциальным потребителем. Партизанский маркетинг подразумевает применение возможностей креативного мышления, что также является неоспоримым преимуществом, ведь креативность и нестандартность, как известно, всегда привлекают публику.

Основная предпосылка партизанского маркетинга заключается в том, что у фирмы нет большого рекламного бюджета. Поэтому первой особенностью партизанского маркетинга, отличающей его от маркетинга классического, является отказ от традиционной рекламы в СМИ как от основного способа продвижения. Вместо этого используются либо дешёвые рекламоносители, либо «окольные» пути продвижения, нетрадиционные рекламные каналы [8].

Вторая особенность партизанского маркетинга заключается в том, что большинство его приёмов дают результат либо немедленно, либо спустя короткое время. Поскольку малый бизнес не обладает запасами наличных, он не может ждать месяцами, пока сработает реклама – и партизанский маркетинг даёт ряд инструментов, которые позволяют получить новых клиентов буквально на следующий день [8].

Следующая особенность партизанского маркетинга – его методы зачастую невидимы для конкурента и поэтому не могут быть им скопированы. Если обычная рекламная активность фирмы видна не только потенциальным клиентам, но и конкурентам, то большинство «партизанских» способов рекламы скрыты от посторонних глаз – эту рекламу увидят только потенциальные покупатели, и больше никто [8].

Далее, следующее отличие партизанского маркетинга заключается в избегании рекламной «гонки вооружений», когда конкурента стараются задавить рекламным бюджетом, всё время публикуя больше объявлений, выставляя больше щитов и запуская на радио больше роликов. Вместо этого «партизаны» стараются завоевать клиента за счёт повышения эффективности рекламы, более изощрённых рекламных ходов и более прицельного обращения к потенциальным клиентам [8].

Дополнительное отличие партизанского маркетинга заключается в том, что «партизаны» стремятся измерять эффективность каждой своей рекламной акции, и поэтому предпочтение отдаётся тем способам рекламы, для которых можно подсчитать отдачу на вложенный рубль. Кроме того, используются специальные приёмы и уловки, позволяющие измерить эффективность обычных рекламоносителей [8].

И, наконец, ещё одна особенность партизанского маркетинга заключается в том, что конкуренции предпочитают партнёрство. Вместо того чтобы тратить силы на борьбу с конкурентами, «партизан» предпочтёт наладить с ними взаимовыгодное партнёрство. И тем более он будет стремиться к сотрудничеству с другими, не конкурирующими с ним бизнесами [8].

Это лишь один из примеров того, как рекламодателю можно построить свое рекламное обращение нестандартным способом. Таких способов можно придумать множество, главное здесь – творческий подход и отрешенность от стереотипов. Изобретая свой индивидуальный метод создания или распространения рекламы, рекламодатель получает огромное конкурентное преимущество за счет оригинальности своей рекламы или неординарного подхода к ее распространению.

В современной экономике роль инноваций велика. Без их применения практически невозможно создать конкурентоспособную продукцию, которая имела бы высокий уровень наукоемкости и новизны. В рыночной экономике инновации выступают в роли эффективного средства конкурентной борьбы, так как ведут к созданию новых потребностей, снижению себестоимости продукции, притоку инвестиций, росту имиджа производителя новых товаров, а также захвату новых рынков, в том числе и внешних.

Инновационные рекламные технологии более захватывающие, легко усваиваемые и эффективные по сравнению с традиционными видами рекламы. По подсчетам специалистов, их использование способно увеличить объем продаж представляемой продукции на 20-45%.

Таким образом, инновационная деятельность как в сфере рекламы, так и вообще является основой выживания компаний в современных условиях. Те организации, которые наиболее быстро создают и используют новые знания, могут обрести долгосрочное конкурентное преимущество.

Библиографический список

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990;
2. Дейян А. Реклама. — М.: Прогресс-Универс, 1993;
3. Сэндидж И., Фрайбургер В., Ротцол К. Реклама: теория и практика. — М.: Прогресс, 1989;
4. Cravens D.W., Hills G.E., Woodruff R.B. Marketing Management. - Homewood, Illinois: Irwin, 1987;
5. Ромат Е.В. Реклама. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002;
6. Ксардель Д. Прямой маркетинг. – СПб.: Нева, 2004;
7. Эванс Д., Бергман Б. Маркетинг М.: Экономика, 1993;
8. Ильичева И.В. Маркетинговые технологии: Учебно-методическое пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2012.

ЭКОТУРИЗМ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Е.В. Коробкина

Рубцовский индустриальный институт

В последние годы такие экологические проблемы, как глобальное потепление климата, истощение озонового слоя, накопление токсичных и радиоактивных отходов, чрезмерное загрязнение воздуха и воды, грабительское отношение к природным ресурсам, стали причиной серьёзного нарушения природного баланса, что имеет и будет иметь отрицательные последствия для человека. Поэтому на сегодняшний день для всех регионов мира одной из основных задач является разработка новых подходов в вопросах сохранения природной среды, и Алтайский край не исключение.

Возможным решением подобных проблем может стать наиболее динамично развивающаяся отрасль туристской индустрии – экологический туризм. Главная задача экологического туризма – научить людей любить и уважать природу, понимать ее законы, относиться к ней бережно.

По примерным оценкам, в различных регионах мира экологический туризм, связанный с посещением мест дикой природы, в среднем составляет 20-60% от общих объемов международного туризма.

Экологический туризм (экотуризм) – туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем.

Экологический туризм начал возникать в 70-80 гг. XXв. «как локальная идея – создание баланса между экономической выгодой, получаемой от рекреации на природе, и экологической безопасностью рекреационных территорий в рамках глобальной идеи – сохранение природы планеты как основы жизни на ней» [2].

Целью экологического туризма является не только удовлетворение духовных и эмоциональных потребностей туристов, но и экологическое воспитание, просвещение людей, туризм должен быть направлен во благо природе и не во вред местному населению, живущему в местах проведения турмаршрутов.

В определении, принятом Всемирной туристской организацией, экотуризм – это контролируемая форма природного туризма: "туристы совершают пешие походы или путешествия на лодках по природным зонам в сопровождении местных гидов, которые дают пояснения о местной флоре, фауне и экологии. Экотуризм может также включать в себя посещение деревень и ферм" [1].

Однако наиболее полное представление об экотуризме дает определение, принятое Международным союзом охраны природы: это ответственные по отношению к окружающей среде путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью наслаждения и получения представления о природных и культурно-исторических особенностях данной территории. Причем все путешествия должны способствовать охране природы и создавать такие экономические условия, когда охрана природных ресурсов становится выгодной местному населению.

Наиболее перспективными и востребованными на сегодняшний день направлениями экологического туризма являются: природно-познавательный, реабилитационный, сельский и эколого-этнографический.

Для того чтобы экотуризм динамично развивался на территории Алтая, необходимо выполнение следующих условий:

- ✓ обеспечение транспортной доступностью экотуристских объектов;
- ✓ наличие разнообразных привлекательных объектов разной тематики;
- ✓ проведение разумной ценовой политики;
- ✓ комфортная организация туристских поездок и активных маршрутов;
- ✓ информационная обеспеченность.

В Алтайском крае существуют все условия для развития «религиозного» туризма: природно-климатические, экономические, социально-политические и культурные. Кроме того, едва ли не главным условием для развития данного вида туризма является наличие большого числа религиозных объектов, к которым относятся культовые сооружения и природные объекты. Кроме того, по мнению ряда ученых, Алтайский регион является уникальным местом сосредоточения космических токов, где происходит активное генерирование различных видов энергии и их активное воздействие на все структуры социума и природы в целом[4].

Привлекательность Алтайского края для туристов определяется прежде всего тем, что природа на огромной территории сохранилась в естественном, практически неизменном человеком состоянии. Высокая степень пейзажности и эстетическая привлекательность ландшафтов, обилие интересных для познания природных объектов, а также своеобразие флоры и фауны позволяют признать, что Алтай – один из немногих крупных регионов планеты, наиболее перспективных для организации международных экологических туров.

В пределах Алтайского края важнейшими составляющими туристского каркаса являются: неповторимая красота Кольванского озера, по берегам которого громоздятся причудливые замки гранитных скал; уникальные сосновые ленточные боры; соленые озера степного Алтая – Малиновое, Большое и Малое Яровое; гора Синюха; Денисова пещера; необыкновенный каскад водопадов на реке Шинок; территория Тигирекского заповедника с уникальными таинственными местами, и это только небольшая часть перечисленных объектов, на основе которых возможно развитие экологического туризма.

Северные провинции Алтайской горной области – идеальное место для тех, кто любит уникальную природу и комбинированные путешествия. Природа здесь сохраняет свою первозданную красоту. Кристально чистая река Чарыш местами пенится и подходит для несложных сплавов.

Сегодня наиболее перспективные районы для осуществления экомаршрутов, по мнению специалистов в сфере туризма, – это заповедные и парковые зоны, отдаленные и малонаселенные (районы Алтайского, Катунского, Тигирецкого заповедников, плато Укок) [5].

Наибольшее распространение экотуризм получил в Катунском биосферном заповеднике. Несмотря на все трудности, коллектив заповедника добился очевидных успехов. Налажен контроль над территорией заповедника, прово-

дится эколого-просветительская работа с местным населением и туристами, ведутся научные исследования, сформирована значительная материально-техническая база. Заповедник сотрудничает с различными научными, природоохранными, образовательными и другими учреждениями и организациями, расположенными в Республике Алтай и за ее пределами.

Отдел экологического просвещения заповедника в своей работе использует собственные методические разработки и опыт местного населения – старообрядцев и алтайцев, сотрудники отдела вовлекают все больше людей в экологическое движение. Этому способствуют две экологические газеты, выпускаемые заповедником. Планомерно ведется работа по развитию экотуризма, обустройству экотроп, разработке туристских маршрутов, информационному обеспечению туристской деятельности.

Для развития экологического туризма в Алтайском крае имеются необходимые рекреационные ресурсы: более 320 видов птиц, 90 видов млекопитающих. В Алтайском крае утверждено 100 памятников природы, из них 54 геологических, 31 водный, 14 ботанических и 1 комплексный. Памятники природы – это взятые под охрану отдельные невозполнимые природные объекты, имеющие научное, историческое и культурно-эстетическое значение (пещеры, геологические обнажения, водопады, минеральные источники, палеонтологические объекты, отдельные вековые деревья и т.п.). В настоящее время выявлены ареалы растений и местообитания животных, относящихся к редким или находящимся под угрозой исчезновения. Водные ресурсы Алтайского края представлены поверхностными и подземными водами. Наиболее крупные реки (из 17 тысяч) – Обь, Бия, Катунь, Чумыш, Алей и Чарыш. Из 13 тысяч озёр самое большое – Кулундинское озеро, его площадь 728 км². Главная водная артерия края – река Обь [6].

Алтайский край обладает значительными рекреационными ресурсами, которые выражаются в наличии различных ландшафтов, от сухостепных до горно-таежных, горно-тундровых, альпийско-субальпийских. Однако туризм развивается неорганизованно, без необходимого участия и контроля местных туристских фирм, а также администрации края и органов местного самоуправления. Исходя из этого, можно выделить наиболее важные проблемы: загрязнение окружающей среды и неиспользование возможности получения экономической прибыли для местного населения и бюджета края.

Большое количество и разнообразие туристских ресурсов Алтайского края может сделать его одним из лидеров туристского рынка России. Но, обладая значительным потенциалом, туристская отрасль не может его использовать в полной мере. Давая объективную оценку туристским ресурсам Алтая, следует отметить, что многие из них, обладая выигрышными атрибутами экзотики или уникальности, проигрывают зарубежным и некоторым российским аналогам по доступности, уровню сервиса, безопасности, экологическим параметрам и цене.

Решение этой проблемы лишь за счет собственных средств организаций, как показывает мировой опыт, не может обеспечить должного уровня динамичности развития. Для успешного преодоления всех негативных моментов в туристской отрасли Алтайского края требуются значительные финансовые затра-

ты с привлечением инвестиций, т.е. туристская отрасль края нуждается во внешних источниках инвестирования. К ним, как правило, относятся:

✓ ассигнования из федерального, региональных и местных бюджетов, различных фондов поддержки предпринимательства, предоставляемые на безвозмездной основе;

✓ иностранные инвестиции, предоставляемые в форме финансового или иного материального и нематериального участия в уставном капитале совместных предприятий, а также в форме прямых вложений (в денежной форме) международных организаций и финансовых институтов, государств, предприятий и организаций различных форм собственности и частных лиц;

✓ различные формы заемных средств, в том числе кредиты, предоставляемые государством и фондами поддержки предпринимательства на возвратной основе (в том числе на льготных условиях), кредиты банков и других институциональных инвесторов (инвестиционных фондов и компаний, страховых обществ, пенсионных фондов), других предприятий, а также векселя и другие средства.

Данные виды инвестирования помогли бы решить следующие задачи:

1. строительство и реконструкцию средств размещения, предприятий общественного питания, предприятий досуга и развлечений, спортивных сооружений.

2. финансирование развития общехозяйственной инфраструктуры и коммунальных услуг (дороги, аэропорты, связь, музеи, театры и др.) [3].

Средства, вложенные в данные объекты, не только способствуют развитию туристской отрасли, но и в целом улучшают инфраструктуру принимающего региона. Также необходимо параллельно решать задачу подготовки кадров (менеджеров, администраторов и др. обслуживающий персонал) на уровне, соответствующем международным стандартам.

Все это будет способствовать поддержке и развитию экологических видов отдыха и туризма (сельский и приключенческий туризм), формированию имиджа Алтайского края и продвижению его на российском и международном уровнях.

Библиографический список

1. Дроздов А.В. Основы экологического туризма: Учебное пособие. – М.: Гардарики. 2009. – 271с.

2. Тарасенок А. Виды экологического туризма// Туризм и отдых. – 2011. №21. – 21 с.

3. [www.altairegion22](http://www.altairegion22.ru)

4. www.alttur22.ru

5. www.visitaltai.info

6. <http://ru.wikipedia.org>

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА – ВАЖНЕЙШЕЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

В.В. Мананев

Рубцовский индустриальный институт

Финансовая поддержка является одним из самых важных направлений государственной и муниципальной политики по содействию развитию малого и среднего предпринимательства, так как она предполагает непосредственное предоставление данным субъектам экономической деятельности инструментов (средств) для организации и ведения бизнеса. Другие меры поддержки могут иметь более длительный эффект. Именно с помощью финансовых мер, например выделения кредитов, государство, муниципальные образования могут способствовать открытию новых предприятий, их модернизации, решению возникших в кризисное время социальных вопросов и т.д.

Государственную (муниципальную) поддержку принято определять как создание государством, муниципальными образованиями экономических и правовых условий, стимулов для развития и конкурентоспособности предпринимательства, а также как вложение в него материальных и финансовых ресурсов. Финансовая поддержка является одной из форм государственной (муниципальной) поддержки бизнеса. Она формирует для него благоприятные финансово-экономические условия, а также предполагает прямое вложение государственных и муниципальных средств в программы развития предпринимательской деятельности.

Нужно подчеркнуть, что, говоря о финансовой поддержке малого и среднего предпринимательства, мы имеем в виду только те ресурсы, которые привлекаются в данную сферу на безвозмездных условиях или условиях, льготных по сравнению с обычным рыночным приобретением или авансированием в денежной или товарной форме (банковский или коммерческий кредит).

Существует большой соблазн скопировать формы регулирования малого бизнеса, применяемые в развитых зарубежных странах. Однако переносимый механически на российскую почву зарубежный опыт не только не способствует оживлению этого сектора экономики, но приводит к деформации его подлинной природы. Между тем государственное (муниципальное) регулирование и поддержка российского предпринимательства на этапе становления и развития рынка и одновременного преодоления кризиса требуют применения нетрадиционных решений, не имеющих прямых аналогов в мировой практике. Сказанное не означает, что Россия должна отказаться от изучения и разумной адаптации в своей практике позитивного мирового опыта, безусловно, его надо изучать и в ряде случаев применять.

Между тем российские условия пока мало похожи на условия, которые уже долгие годы существуют в экономически развитых странах. Структура отечественного производства остается крайне утяжеленной, ее преобразование требует больших затрат. Высокая степень монополизации производства, а соответственно низкая его конкурентоспособность, вызванная отсталостью техно-

логической базы большинства отраслей, высокой энергоемкостью и ресурсоемкостью, низким качеством продукции и высокими издержками. Экономика продолжает оставаться сырьевой, ориентированной не на производство продукции, а на продажу имеющихся в стране ресурсов. За периодом экономического роста последовал спад производства, что особенно негативно отразилось на сфере малого и среднего бизнеса, потребовало поиска путей оказания ему поддержки, чтобы не потерять данный сегмент экономики. Одной из серьезнейших проблем России остается коррупция, во многом связанная с непрозрачностью системы экономического регулирования, публичных финансов, неадекватностью государственного аппарата новой экономической системы, слабым уровнем развития гражданского общества, неэффективностью судебной системы.

В этих условиях малый и средний бизнес без соответствующей государственной и муниципальной поддержки, в том числе финансовой, не в состоянии превратиться в мощный стимул производства, занять то место в российской экономике, которое он занимает в экономике развитых стран.

Библиографический список

1. Манаев В.В. Совершенствование политики занятости населения в малом предпринимательстве: Диссертация д.э.н. М., 2011.
2. Лапуста М.Г., Поршнева А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. Предпринимательство. М.: ИНФРА-М, 2008.
3. Кокин И.А. Содействие предпринимательству и создание условий для развития бизнеса на территории муниципального образования. Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, 2009.

ББК 65.9(2)26

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В.В. Манаев

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время в Российской Федерации, в том числе в регионах и муниципалитетах, реализуются комплексные меры по оказанию поддержки малому и среднему предпринимательству.

Мероприятия по финансовой поддержке малого и среднего бизнеса основываются на федеральном правовом регулировании. Базовыми законами в данной сфере являются Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства» (в редакции от 2.08.2009 г.; далее – Федеральный закон № 209-ФЗ) и Бюджетный кодекс Российской Федерации.

Федеральный закон № 209-ФЗ в ст.7 указывает, что в целях реализации государственной политики в области малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации могут предусматриваться следующие меры:

- специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;

- меры по обеспечению финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Закон подробно определяет, за какие аспекты финансовой и иной поддержки малого и среднего бизнеса отвечают соответственно федеральные, региональные и муниципальные органы власти.

Так, согласно ст.11 Федерального закона № 209-ФЗ к полномочиям органов местного самоуправления по вопросам развития малого и среднего предпринимательства относится создание условий для развития малого и среднего предпринимательства, в том числе формирование и осуществление муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом национальных и местных социально-экономических, экологических, культурных и других особенностей.

Финансовой поддержке малого и среднего бизнеса специально посвящена ст.17 Федерального закона № 209-ФЗ. В ней сказано, что оказание данного вида поддержки может осуществляться за счет средств местных бюджетов путем предоставления:

- субсидий;

- бюджетных инвестиций;

- государственных и муниципальных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Данные виды деятельности следует называть формами финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства на местном уровне. Порядок применения указанных выше форм финансовой поддержки малого и среднего бизнеса установлен Бюджетным кодексом Российской Федерации – главным законом страны о бюджете и публичных финансах. Только на его основе и только в строгом соответствии с ним органы местного самоуправления, муниципальные учреждения могут выделять средства, предоставлять кредиты, гранты, гарантии и т.д. субъектам малого и среднего предпринимательства.

Рассмотрим порядок и условия предоставления за счет местных бюджетов субсидий и бюджетных инвестиций субъектам малого и среднего предпринимательства.

Согласно ст.78 Бюджетного кодекса Российской Федерации допускается предоставление субсидий юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг. Данные субсидии предоставляются на безвозмездной и безвозвратной основе в целях возмещения затрат или недополучения доходов в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг.

Бюджетным кодексом установлен порядок выделения субсидий из местных бюджетов. Для этого должно быть принято решение представительного органа муниципального образования (местного совета депутатов, думы), на ос-

новании которого издается соответствующий распорядительный акт местной администрации.

Указанные муниципальные правовые акты должны определять категории или критерии отбора юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, физических лиц – производителей товаров, работ, услуг; имеющих право на получение субсидий; порядок возврата субсидий в случае нарушения условий, установленных при их предоставлении.

Правовой режим бюджетных инвестиций установлен в ст.80 Бюджетного кодекса. Такая инвестиция представляет собой вложение муниципального капитала в соответствующее предприятие. Поэтому предоставление бюджетной инвестиции юридическому лицу влечет возникновение права муниципальной собственности на эквивалентную часть его уставного капитала.

Бюджетная инвестиция является формой долгосрочного помещения муниципальных средств и предполагает намерение муниципалитета осуществлять контроль за деятельностью предприятия, которому предоставлена финансовая поддержка.

Согласно Бюджетному кодексу бюджетные инвестиции, планируемые к предоставлению юридическим лицам, утверждаются решением о местном бюджете путем включения в местный бюджет статьи с указанием юридического лица, объема и цели выделенных бюджетных ассигнований.

Предоставление бюджетной инвестиции оформляется договором между муниципалитетом и предпринимателем. Без этого договора решение о выделении инвестиции является недействительным.

Федеральным законом № 209-ФЗ в ст.14 установлены определенные ограничения на предоставление поддержки малым и средним предпринимателям органами местного самоуправления.

Так, поддержка не может оказываться в отношении, в частности, следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

- кредитных организаций, страховых организаций (за исключением потребительских кооперативов), инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, профессиональных участников рынка ценных бумаг, ломбардов;

- малых и средних предпринимателей в сфере игорного бизнеса;

- нерезидентов Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами Российской Федерации.

Финансовая поддержка, предусмотренная ст.17 Федерального закона № 209-ФЗ, не может оказываться субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим производство и реализацию подакцизных товаров, а также добычу и реализацию полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых (песок, щебень, гравий, глины и т.д.).

В оказании поддержки должно быть отказано в случае, если:

- не представлены документы, определенные соответствующими муниципальными программами развития малого и среднего предпринимательства, или предоставлены недостоверные сведения и документы;

- не выполнены условия оказания поддержки;

- ранее в отношении заявителя – субъекта малого и среднего предпринимательства было принято решение об оказании аналогичной поддержки, и сроки ее оказания не истекли;

- с момента признания субъекта малого и среднего предпринимательства, допустившего нарушение порядка и условий оказания поддержки, в том числе не обеспечившего целевого использования средств поддержки, прошло менее чем три года.

Все эти ограничения на предоставление финансовой поддержки малому и среднему бизнесу органами местного самоуправления и другими органами публичной власти установлены с целью обеспечить эффективное, целевое использование публичных финансов и добиться максимальной результативности предпринимательской деятельности в интересах развития рыночной экономики.

Муниципальным служащим необходимо тщательно анализировать сведения о деятельности субъекта малого или среднего предпринимательства, обратившегося за муниципальной финансовой поддержкой, проверять представленные им документы, пользоваться иными источниками информации.

Библиографический список

1. Манаев В.В. Совершенствование политики занятости населения в малом предпринимательстве: Диссертация д.э.н. М., 2011.

2. Пелих А.С., Чумаков А.А. Организация предпринимательской деятельности. М.: Март, 2010.

3. Кокин И.А. Содействие предпринимательству и создание условий для развития бизнеса на территории муниципального образования. Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, 2009.

ББК (УДК) 330.322.2

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ АПК РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ИНВЕСТИЦИОННОГО РИСКА

*Г.А. Орынбекова, М.М. Алибаева, М.К.Толымгожинова, Л.З. Паримбекова,
Государственный университет имени Шакарима города Семей,
Республика Казахстан*

С принятием Государственной программы форсированного индустриально-инновационного развития (ГПФИИР) на 2010-2014 годы и разработкой плана мероприятий по ее реализации работа по освоению инвестиционных проектов приняла плановый и целенаправленный характер и аграрии области не на словах, а на деле ощутили государственную поддержку в этом вопросе [1].

Анализ реализации инвестиционных проектов на территории Восточно-Казахстанской области за три года (2010-2012 гг) показал, что целенаправленная работа по подбору значимых инвестиционных проектов в агропромышленном комплексе и их реализация начата в 2009 году. На этом этапе развития региона решались задачи аграрно-индустриальной диверсификации отраслей АПК и на этой основе достижение роста производительности труда в аграрном секторе, обеспечение продовольственной безопасности региона и повышение

экспортного потенциала АПК. Инвестиции в основной капитал сельского хозяйства ВКО в 2012 году составили 9530380 тыс. тенге, введено в действие новых основных средств на сумму – 7548052 тыс. тенге. По сравнению с 2011 годом в 2012 году рост инвестиционных ресурсов в отрасль составили 27,9%. За счет местного бюджета было финансировано 44916 тыс. тенге, за счет заемных средств 3265256 тыс. тенге и за счет собственных средств субъектов хозяйствования 6220208 тыс. тенге.

В рамках ГПФИИР в Карту индустриализацию вошли 9 инвестиционных проектов по развитию АПК, из них 2 республиканского значения («проект расширения Усть-Каменогорской птицефабрики» и «проект реконструкции ТОО «Семипалатинский кожевенно-меховой комбинат») и 7 проектов регионального значения. Общая сметная стоимость указанных проектов составляет 13,8 млрд. тенге [2]. По всем проектам «Дорожной карты бизнеса 2020» в настоящее время решены вопросы финансирования. В эксплуатацию были введены и начали производить продукцию 3 молочно-товарных фермы и 12 откормочных площадок для крупного рогатого скота, начали функционировать в г. Усть-Каменогорске зимние теплицы на площади 4,7 га. За счет проведенной реконструкции гидротехнических сооружений на 5,1 тыс. га возросли площади орошаемых земель. На площади 57 га впервые в области в Кокпектинском районе был осуществлен проект по капельному орошению. В том же году за счет собственных средств осуществлена реконструкция двух овощекартофелехранилищ в КХ «Екимбаев», ТОО «Агрофирма Приречное».

Активная работа ведется по техническому перевооружению и модернизации производств предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности региона. За этот период было реализовано 13 проектов по реконструкции и расширению производств предприятий переработки АПК, началась реализация инвестиционных проектов по реконструкции кожевенно-мехового комбината и комбината продуктов питания г. Семей, Усть-Каменогорского гормолзавода и др.

На сегодня в Карту индустриализацию вошли:

- ТОО «Семей кус». «Перепрофилирование предприятия с яичного направления на производство мяса птицы». Стоимость 2800 млн. тенге;
- СПК «Аягоз-Суырлы» Аягозского района. «Производство войлока и войлочных изделий». Стоимость 77,5 млн. тенге;
- ТОО «Аксай-Нан-Оскемен». «Модернизация производственных мощностей для производства социального хлеба». Стоимость 64,4 млн. тенге
- ИП «Мухамеджанов» Аягозского района. «Внедрение капельного орошения в полеводстве и строительство картофелехранилища на 500 тонн». Стоимость 25 млн. тенге.

Всего планируется, что по агропромышленному комплексу будет включено в Карту индустриализации 13 проектов. В текущем году через АО «КазАгроФинанс» профинансировано 4 проекта на сумму 374,4 млн. тенге. Два проекта на сумму 3 826 млн. тенге находятся на рассмотрении в АО «КазАгроФинанс», в том числе ИП «Арман» г. Шемонаиха. Стоимость проекта 719 млн. тенге, из которых 200 млн. тенге выделено АО «КазАгроФинанс» на приобре-

тение оборудования овощехранилища. По первому направлению программы «Дорожная карта бизнеса – 2020» на реализацию этого проекта выделено 157 млн. тенге, которые предусмотрены на создание инженерной инфраструктуры.

Филиалы и представительства по Восточно-Казахстанской области АО «Казагро» осуществляют финансирование программы «Сыбаға» в рамках реализации проекта «Увеличение экспортного потенциала мяса КРС». На сегодня ими профинансировано 91 крестьянское хозяйство в сумме 697 млн. тенге на приобретение крупного рогатого скота, которого закуплено 4874 головы при плане 3800 голов.

В настоящее для увеличения экспортного потенциала мяса принят к реализации проект «Агропромышленный комплекс «Елім-ай Көкпекті» Кокпектинского района. Его реализация позволит в районе создать агрогородок «Кокжайык», на новый современный уровень поднять животноводство района, значительно увеличить производство мяса и его переработку, создать более 400 новых рабочих мест, увеличить налоговые поступления в местный бюджет, решить многие социальные вопросы.

Другим приоритетным уникальным проектом, по которому в настоящее время ведется разработка ТЭО, является «Организация агропромышленной площадки «Жаңбыр» со строительством гидромелиоративного комплекса в Бескарагайском районе». Сметная стоимость проекта составляет 940 млн. тенге, финансирование которого предусмотрено осуществить по программе «Дорожная карта бизнеса 2020г.». Общая площадь агроплощадки составит 6 тыс.га, из них 4,04 тыс. га орошаемых земель, из которых 2 890 га предусмотрено распределить среди 2 крестьянских хозяйств («Калижан» и «Арбиев») и 1151 га выделить ТОО «Ас, Ай и К» [3].

Проекты являются пилотными, и реализация их не нарушает действующих законов, вовлечения в оборот пустующих ранее орошаемых земель и их финансирования за счет средств республиканского бюджета, создания на этих землях необходимой инфраструктуры и ее эксплуатации за счет государственно – частного партнерства, использования его в других регионах области, таких как Зайсанский, Тарбагатайский, Курчумский и г. Семей.

По программе Комитета по водным ресурсам предусмотрено осуществление проекта «Апахай» Тарбагатайского района. Стоимость проекта 3,5 млрд. тенге. Данный проект привязан к Кандысуйскому водохранилищу и предусматривает создание орошаемых земель на площади 4200 га. На сегодня в проекте республиканского бюджета на 2012 год предусмотрено 109 млн. тенге на разработку ПСД данного проекта.

Несмотря на длительный срок рассмотрения проектов, большим объемом требуемых подтверждающих документов и жестких требований к залогоу в вопросах реализации инвестиционных проектов, работа по их подбору и продвижению на всех этапов согласования, строительства и ввода в эксплуатацию продолжается успешно, что положительно сказывается на аграрно-индустриальную диверсификация агропромышленного комплекса. Подтверждением этому является то, что из всех проектов по области, включенных в Карту индустриализацию, с учетом 4 одобренных проектов Министерством ин-

дустрии и новых технологии Республики Казахстан, 33% или одна треть приходится на проекты агропромышленного комплекса, хотя агропромышленный комплекс в ВВП области занимает незначительный удельный вес.

Несмотря на снижение темпов реализации инвестиционных проектов в ВКО, валовой региональный продукт (ВРП) в 2012 году превысил один триллион 400 миллиардов тенге. В расчете на каждого жителя области приходилось около семи тысяч долларов США, что в 5 раз больше, чем 10 лет назад. В 2013 году отмечается также положительная динамика по основным показателям социально-экономического развития области. За ушедший год ВРП области прогнозируется в объеме 2 трлн тенге с ростом на 6% к уровню 2012 года [4].

На фоне экономического роста риски инвестирования в РК сокращаются, но растет разрыв в уровне инвестиционной привлекательности мелких регионов и городов республиканского значения. ВКО входит в топ-5 регионов с максимальным уровнем потенциала (рис. 1). Группу регионов с высоким уровнем инвестиционного потенциала образуют г. Алматы, Атырауская область, г. Астана, Карагандинская и Восточно-Казахстанская области. Суммарно эти регионы формируют 52,3% ВВП страны по итогам 2012 года и 50,5% всего инвестиционного потенциала в рейтинге инвестиционной привлекательности текущего года.

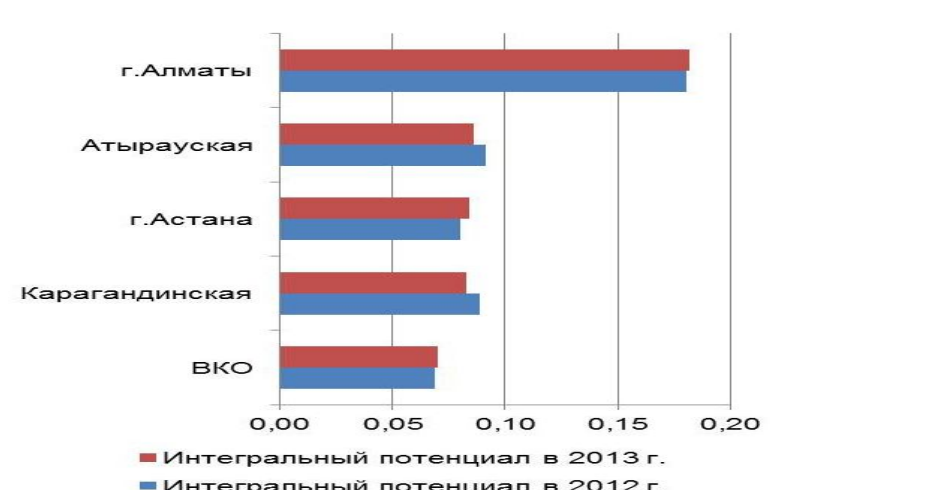


Рис.1. Топ-5 регионов с максимальным уровнем потенциала

Среди 16 регионов РК ВКО занимает 4 место по рейтингу инвестиционного климата (высокий потенциал-умеренный риск) в 2013 году (табл.1).

Как отмечает источник «Эксперт РА Казахстан», «не поддалась региональному тренду и улучшила значение инвестиционного потенциала Восточно-Казахстанская область. Это улучшение стало тем более значимым и принципиальным, что позволило области перешагнуть рубеж, отделяющий регионы с высоким потенциалом от регионов со средним потенциалом, сделав Восточно-Казахстанскую область единственной, сумевшей улучшить класс инвестиционного потенциала в рейтинге 2013 г.» [5].

Таблица 1

Инвестиционный потенциал регионов Казахстана в 2013 году*

Ранг потенциала		Изменение ранга потенциала, 2013 г. к 2012 г.	Ранг риска, 2013 г.	Регион	Доля общественного потенциала в 2013 г., %	Изменение роли в потенциале, 2013 г. к 2012 г., п.п.	Ранги составляющих инвестиционного потенциала в 2013 г.								
2013 г.	2014 г.						Инновационный	Институциональный	Инфраструктурный	Потребительский	Производственный	Природно-ресурсный	Трудовой	Туристический	Финансовый
1	1	0	10	г. Алматы	18,18	0,092	1	1	1	1	1	15	1	1	1
2	2	0	6	Атырауская обл.	8,61	0,528	10	2	8	8	2	4	8	8	2
3	4	1	3	г.Астана	8,40	0,416	2	4	2	3	3	16	4	2	3
4	3	-1	13	Карагандинская обл.	8,29	-0,608	3	3	9	2	4	1	14	3	5
5	5	0	7	ВКО	7,00	0,138	4	5	11	4	6	2	6	4	10
6	6	0	9	ЮКО	5,89	0,402	5	8	12	5	5	13	2	5	7
7	9	2	1	Актюбинская обл.	5,35	0,197	13	6	13	7	8	7	5	15	8
8	11	3	12	ЗКО	5,25	0,358	12	7	15	12	7	6	10	14	4
9	10	1	11	Мангистауская обл.	5,12	0,008	7	10	14	11	9	10	3	6	6
10	7	-3	4	Павлодарская обл.	5,04	-0,282	8	11	5	9	10	5	12	13	11
11	12	1	2	Алматинская обл.	4,98	0,197	14	9	6	6	11	9	9	7	9
12	8	-4	5	Костанайская обл.	4,93	-0,284	6	13	7	10	13	3	13	11	13
13	13	0	14	Акмолинская обл.	3,55	-0,170	9	15	4	14	14	8	15	9	14
14	14	0	8	Кызылординская обл.	3,49	0,081	15	12	16	15	12	11	11	12	12
15	16	1	15	Жамбылская обл.	3,08	0,134	11	14	10	13	15	14	7	10	15
16	15	-1	16	СКО	2,84	-0,151	16	16	3	16	16	12	16	16	16

*Источник: «Эксперт РА Казахстан»

Причины повышения инвестиционного потенциала Восточно-Казахстанской области заключаются, во-первых, в улучшении значений природно-ресурсного потенциала, как было отмечено выше, а во-вторых, в высоких темпах экономического роста, который в 2012 г. составил 12,6%, и был одним из самых высоких в стране. В отличие от соседних регионов, где наблюдались либо спад, либо незначительный рост объемов обрабатывающей промышленности, в Восточно-Казахстанской области обрабатывающая промышленность выросла на 25,3% в 2012 г.

С одной стороны, это объясняется специализацией предприятий обрабатывающей промышленности области на цветной, а не на черной металлургии, где наблюдался упадок; с другой стороны – в ней растет доля машиностроения, активно развивающегося в последние годы. К примеру, в 2012 г. ТОО «БИПЭК АВТО», базирующееся в Восточно-Казахстанской области и занимающееся продажей автомобилей, увеличило объем реализации на 185%. Рост выручки смежного предприятия, АО «АЗИЯ АВТО», которое занимается сборкой автомобилей, за аналогичный период составил 149%. В 2013 году объем производства промышленной продукции в регионе составил 830 млрд. тенге, что на 10% превышает уровень прошлого года. Четвертая часть всей инновационной продукции, производимой на сегодня в стране, приходится на Восточный Казахстан. По объемам инновационной продукции Восточно-Казахстанская область (ВКО) в 2012 году занимала первое место в республике. ВКО - один из лидеров

в Казахстане по объему выплаченных субсидий в рамках первого и третьего направления программы «Дорожная карта бизнеса-2020». В Карту индустриализации по региону включено 53 инвестиционных проекта. За счет реализованных проектов создано более 8 тыс. рабочих мест. ВКО является уникальным регионом с огромным потенциалом развития возобновляемых источников энергии, что в рамках Концепции по переходу РК к «зеленой» экономике позволит ему поставлять «зеленую» энергию и в другие регионы страны. Одним из реализованных проектов, который может стать брендом на предстоящей Международной выставке «ЭКСПО-2017», является Усть-Каменогорский завод по производству фотоэлектрических и кремниевых пластин (ТОО «Kazakhstan Solar Silicon»). Завод является одним из технологических звеньев линии по производству фотоэлектрических модулей на основе отечественного кремния KAZ PV. [6].

В регионе самые большие запасы гидроресурсов: на каждого жителя приходится 30 куб. метров воды в сутки, а это в шесть раз больше, чем в странах Европы. До 2018 года на востоке страны планируется реализовать крупный энергетический проект по строительству Булакской ГЭС на реке Иртыш.

Реализация инвестиционных проектов АПК региона всегда сопряжена с большим количеством инвестиционных рисков: капитальный риск; селективный; процентный риск; операционный риск; временной риск; риск законодательных изменений; риск ликвидности; инфляционный риск и др.[95].

Наряду с повышением инвестиционного потенциала, индекс риска Восточно-Казахстанской области в рейтинге текущего года хоть и незначительно, но вырос (табл. 2).

Как показывают данные таблицы 2, средневзвешенный индекс риска ВКО в 2013 году составил 0,379, при этом наибольший ранг присвоен финансовому и экологическому рискам (ранг 14), управленческому (ранг 10), а наименьший ранг имеет криминальный риск (ранг 1). Анализ результатов годичного мониторинга инвестиционных рисков в регионах свидетельствует, что, даже если сам интегральный показатель рисков является достаточно условным, он отражает в целом объективную картину социально-экономического развития регионов, позволяет сопоставить их между собой, оценить направления и темпы изменений.

Сейчас анализ и прогнозирование инвестиционных рисков в региональном разрезе осуществляется каждым субъектом самостоятельно с использованием своей собственной технологии прогнозирования. Такая ситуация не дает возможности оценить региональные прогнозы темпов увеличения инвестиций в основной капитал. Кроме того, такой прогноз не может быть эффективным инструментом государственного регулирования экономических процессов.

Инвестиционный риск регионов Казахстана в 2013 году *

Ранг риска		Изменение ранга риска, 2013 г. к 2012 г.	Ранг потенциала, 2013 г.	Регион	Средневзвешенный индекс риска, 2013 г.	Изменение индекса риска, 2013 г. к 2012 г. (+,-)	Ранги составляющих инвестиционного риска в 2013 г.					
2013 г.	2012 г.						Экономический	Финансовый	Социальный	Экологический	Криминальный	Управленческий
1	2	1	7	Актюбинская обл.	0,279	-0,042	8	3	2	6	6	2
2	8	6	11	Алматинская обл.	0,309	-0,073	4	8	8	9	5	1
3	3	0	3	г. Астана	0,332	-0,015	1	2	10	10	15	4
4	4	0	10	Павлодарская обл.	0,340	-0,010	2	6	3	15	9	8
5	1	-4	12	Костанайская обл.	0,363	0,069	11	4	12	4	4	5
6	5	-1	2	Атырауская обл.	0,370	-0,003	14	1	1	12	11	16
7	6	-1	5	ВКО	0,379	0,003	6	14	6	14	1	10

* Источник: Эксперт РА Казахстан

С целью правового обеспечения отраслевой программы по развитию АПК «Агробизнес-2020» в 2014 году внесены изменения и дополнения в некоторые законодательные акты РК по вопросам агропромышленного комплекса, предусматривающие снижение рисков частных инвестиций в АПК. В законодательные акты РК внесены такие нормы, как возмещение части расходов, понесенных субъектами АПК при инвестиционных вложениях, гарантирование и страхование займов сельхозтоваропроизводителей перед финансовыми институтами, субсидирование затрат перерабатывающих предприятий на закуп сельскохозяйственного сырья [7].

Таким образом, в регионе устойчиво возрастает инвестиционная активность, что предопределяет повышение требований к качеству принимаемых инвестиционных решений, их обоснованности как на республиканском, так и на региональном уровне. При принятии окончательного решения о целесообразности инвестирования, учитываются такие факторы, как общественная значимость проекта, степень его соответствия стратегии развития региона, рыночный потенциал производимого продукта, экологическая безопасность, инвестиционные риски и т.д. В случае возникновения инвестиционного риска, ответственность за риск должна быть разграничена не только между хозяйствующими субъектами; необходимо правильно распределить меру ответственности между инвестором и государственным органом власти, что в свою очередь, обеспечит привлечение негосударственного сектора к региональным инвестиционным программам и проектам.

Библиографический список

1. Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития на 2010-2014 годы. Указ Президента РК от 19 марта 2010 года № 958.
2. Карта индустриализации Казахстана на 2010-2014 годы. Постановление Правительства РК от 14 апреля 2010 года № 303.

3. <http://www//akimvko>
4. Восточный Казахстан: итоги и события уходящего года. газета «Казахстанская правда» № 69 (27690) от 26.12.2013 г.
5. Итоги рейтинга инвестиционной привлекательности регионов Казахстана 2013. «Эксперт РА Казахстан» [Электронный ресурс] [www// raexpert.kz](http://www//raexpert.kz)
6. <http://altaynews.kz/>.
7. <http://online.zakon.kz>

УДК332.1:338.48

АЛТАЙСКИЙ КРАЙ – ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЕГИОН РОССИИ

О.П.Осадчая, М.В. Волкова

Рубцовский индустриальный институт

В настоящее время Алтайский край известен в России и за ее пределами как туристический центр Сибири. За последние годы в регионе побывали туристы не только из всех уголков России, но и из 60 стран мира. Ежегодно на Алтае увеличивается число туристических баз, кемпингов, гостиниц, разрабатываются новые маршруты для отдыха и туризма. Новые объекты туристической индустрии ежегодно появляются в разных уголках края.

Привлекательность Алтайского края как объекта развития туризма определяется следующими факторами: природно-экологическими, политическими, экономическими, научно-техническим прогрессом.

Разнообразие природных ландшафтов и наличие большого количества историко-культурных памятников способствует развитию в Алтайском крае туристической деятельности.

В последние годы темпы роста индустрии туризма региона опережают среднероссийские. Формируется новая стратегическая отрасль, с развитием которой будет связано экономическое и социальное благополучие края. Правильно организованный туризм генерирует в регионе рабочие места для местного населения, развивает смежные с туризмом отрасли, а также обеспечивает приток в регион денежной массы и инвестиционных средств и, как следствие, пополнение бюджета региона за счет налогов.

Алтайский край занимает уверенные позиции среди российских регионов по туристическому потенциалу. Сочетание комфортного климата, благоприятной экологической обстановки, а также признанная на международном уровне уникальность природного комплекса (Алтайские горы входят в число пяти природных объектов мирового наследия ЮНЕСКО в Российской Федерации) делают Алтайский край обладателем уникального туристско-рекреационного и бальнеологического потенциала [1].

В соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Основой для развития туризма, в первую очередь, служат природные и географические условия. Природные рекреационные ресурсы включают рекреационные ландшафты, биоклимат, гидроминеральные ресурсы. Обязательным условием пригодности природных рекреационных ресурсов является экологически благополучное состояние природной среды.

Развитие бизнеса в туристско-рекреационной сфере хозяйственной деятельности в условиях отдельного взятого региона может быть осуществлено при наличии основных составляющих: природных рекреационных ресурсов, капитала, технологии, кадров, государственной поддержки [2].

Алтайский край является одним из немногих регионов России, где реализуется крупномасштабный инвестиционный проект в сфере туристического бизнеса, разработанный по инициативе и при поддержке Правительства Российской Федерации – особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь».

Основные пути развития туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплекса в крае определены долгосрочной целевой программой «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011-2016 годы, принятой в 2010 году. Данная программа также является основным инструментом поддержки развития туризма в регионе.

Перспективы развития туризма в крае связаны с реализацией утвержденной в августе 2011 года федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2016 годы», в которую включены туристско-рекреационный кластер «Белокуриха», созданный на территории двух муниципальных образований региона - г.Белокурихи и Смоленского района, и автотуристский кластер «Золотые ворота» в г.Бийске.

В долгосрочной целевой программе «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011 - 2016 годы основной акцент сделан на продвижение турпродукта Алтайского края, а также на создание сети территориальных туристских кластеров[3].

Кластерный подход предполагает сосредоточение в рамках ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

В рамках создания системы туристских кластеров для обеспечения развития объектов туризма и сопутствующей инфраструктуры и привлечения инвестиций в туристскую индустрию долгосрочной целевой программой «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011-2016 годы предусмотрено:

- субсидирование части затрат организаций на подключение объектов туристской индустрии к энергетической, газовой инфраструктуре;
- субсидирование части затрат на оформление земельных участков для комплексного туристического освоения территории.

Общемировая практика показывает, что в рамках механизма государственно-частного партнерства государство предоставляет частным инвесторам целый ряд налоговых льгот и преференций. В частности, российское законодательство закрепило для резидентов ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» льготную ставку по

налогу на прибыль, а также пятилетнее освобождение от уплаты налога на землю и на имущество [3].

На территории ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь» зарегистрировано 17 компаний-резидентов с совокупным объемом заявленных инвестиций, около 9,89 млрд. рублей. К основным туристским объектам, которые будут построены данными компаниями, относятся: гостиничные комплексы различных категорий (от 2 до 5 звезд), горнолыжный комплекс, аутентичная деревня «Русское подворье», охотничье хозяйство, вертолетная площадка и другие.

В долгосрочной перспективе планируется создание еще целого ряда региональных туристско-рекреационных кластеров на других, не менее привлекательных для развития туризма территориях Алтайского края:

«Алтайский» в Алтайском районе;

«Горная Колывань» в Змеиногорском, Краснощековском и Курьинском районах;

«Завьялово-Гуселетово» в Завьяловском и Романовском районах;

«Егорьевка» в Егорьевском районе;

«Красногорье» в Красногорском районе;

«Сибирь изначальная» в Смоленском районе;

«Солонешенский» в Солонешенском районе;

«Чарышский» в Чарышском районе;

«Яровое» в г. Яровое.

Приоритетами развития туристско-рекреационного комплекса на территории Алтайского края должно стать развитие внутреннего и въездного туризма следующих видов: рекреационный, культурно-познавательный, деловой, активный, лечебно-оздоровительный, детский оздоровительный, рыболовно-охотничий, экологический, а также сельский туризм [2].

Алтайский край располагает значительным потенциалом для развития сельского туризма, являющегося относительно новым и перспективным направлением. Отличительной особенностью Алтайского края является значительная доля сельского населения – 46,4% (в среднем по России – 27%).

В регионе реализуется ведомственная целевая программа "«Развитие сельского туризма в Алтайском крае". Фактором приоритетности развития сельского туризма в крае является то, что он может быть существенным источником дополнительного дохода для сельского населения, устойчивого развития сельских территорий.

Сельский туризм для Алтая – это занятость населения, развитие туризма как отрасли, позиционирование сельскохозяйственного труда, создание в сельской местности современной инфраструктуры, пропаганде престижности проживания на селе.

Его привлекательными чертами являются чистый воздух, домашняя атмосфера, нетронутая природа, натуральные продукты, тишина и неторопливый быт сельской местности. Местная природа интересна не только иностранцам, но и россиянам, живущим в европейской части страны. Сельский туризм очень востребован в других странах, особенно в Европе.

В Алтайском крае сельским туризмом занимается население 9 районов (Алтайского, Солонешенского, Краснощековского, Чарышского, Змеиногорского, Курьинского, Советского, Солтонского, Шипуновского).

Одной из первоочередных задач превращения Алтайского края в туристский центр является расширение возможности получения информации о регионе, его интересных объектах, памятниках, истории и других ресурсов для потенциальных туристов.

Для формирования туристического имиджа региона администрация Алтайского края активно и успешно участвует в различных туристических выставках: ITB в Берлине, MITT и MITF, Интурмаркет в Москве. В 2014 году Алтайский край выступит генеральным партнером на Интурмаркете, туристической выставке №1 в России.

Все это позволяет достойным образом представить туристические возможности Алтайского края, его природные, рекреационные, бальнеологические ресурсы и ту туристическую инфраструктуру, которой сегодня располагает Алтайский край.

Алтайский край был неоднократно отмечен ведущими премиями в области туристической индустрии на российском и международном уровнях. Так, в рамках международной туристской выставки «Интурмаркет-2013» регион был отмечен дипломом за вклад в развитие въездного и внутреннего туризма.

Результаты работы туристической отрасли региона в 2013 году: край вошел в число победителей национальной премии «Моя планета» в номинации «Лучший регион для путешествий по России»; город-курорт Белокуриха признан лучшим курортом федерального значения; санаторий «Алтай - West» - лучшей здравницей; проект «Белокуриха - 2» назван лучшим проектом санаторно-курортного комплекса в стране [4].

Основным итогом позиционирования регионального туристского продукта Алтайского края стал увеличившийся туристский поток. Всего за последние 8 лет общий турпоток в Алтайском крае увеличился до 9,1 млн человек, что в 2,5 раза превышает показатель периода 1998-2005 годов [5].

Динамика туристического потока в Алтайском крае [2]:

В 2008 г. – 625 тыс.чел.

2009 г. – 985 тыс.чел.;

2010 г. – 1180 тыс.чел.;

2011 г. – 1300 тыс.чел.;

2012 г. – 1500 тыс.чел.

2013 г. – 1600 тыс.чел.

По итогам прошедшего туристического сезона Алтайский край посетило около 1,6 млн. туристов, в туристическую отрасль вложено 2,7 млрд. руб., из них 2,1 млрд. рублей – средства частных инвесторов. Инвестиции в основной капитал отрасли в 2013 году по сравнению с прошлым годом возросли на 16%. [5].

В крае функционируют 900 туристских предприятий: 186 зеленых домов (сельский туризм), 150 турбаз и баз отдыха, 250 туристических фирм, 182 гостиницы, 44 санаторно-курортных учреждения. Край располагает возможностью

единовременно принять 18 с лишним тысяч человек в круглогодичном формате, и плюс 30 тысяч человек принимает сезонно, в теплое время года [5,6].

В 2013 году в крае введены в эксплуатацию порядка 40 новых объектов размещения туристов: 21 гостиница, 10 баз отдыха, 4 гостевых (сельских) дома, 5 турстоянок и зон отдыха. Новые предприятия туристической индустрии начали функционировать в Барнауле, Белокурихе, Бийске, Новоалтайске, Рубцовске, Яровом, а также в Алтайском, Баевском, Быстроистокском, Егорьевском, Ельцовском, Краснощековском, Кулундинском, Новичихинском, Советском, Солонешенском, Топчихинском, Третьяковском, Шипуновском районах Алтайского края. Причем в Ельцовском районе толчком к развитию туризма стал созданный там небольшой сельский музей «Екатерины Савиновой» [5].

Туризм активно развивается в 29 муниципальных районах, 6 городских округах. В туристической отрасли работают 16 тысяч 200 человек.

На сегодняшний день доля туризма в общем объеме доходов Алтай мала – 2,5 процента. В 2013 году реализацией турпутевок в регионе занимаются около 250 туристских фирм, из них в статусе туроператора – 45 [5].

Одним из перспективных направлений развития туризма является формирование туристских маршрутов. Разработаны разнообразные маршруты по территории региона: «Малое Золотое кольцо Алтай», межрегиональный трансграничный маршрут «Большое Золотое кольцо Алтай», туристский маршрут «Гостеприимное Красногорье», маршруты по Солонешенскому району, по Горной Колывани и многие другие. В регионе постоянных туристических маршрутов в настоящее время 25.

Основные сдерживающие факторы развития туризма в регионе совпадают с общероссийскими. Необходимо уделить внимание повышению качества предлагаемых краем туристских услуг, расширению рамок туристского сезона с помощью освоения новых сегментов рынка и развития несезонных форм отдыха и обслуживания, а также подготовке кадров среднего и начального звена, потребность в которых наблюдается сегодня в туристской отрасли.

В то же время в крае имеется потенциал для развития высокоэффективного, конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса международного уровня, формирующего благоприятный имидж региона на международной арене и обеспечивающего растущие потребности российских граждан в услугах, связанных с отдыхом, лечением и туризмом.

К сильным сторонам Алтайского края относятся:

- выгодное экономико-географическое положение;
- разнообразие ресурсов для развития туризма;
- мощная база специализированных коллективных средств размещения, в том числе курорт федерального значения город Белокуриха;
- уникальные виды лечебно-оздоровительных процедур (радоновые ванны, пантолечение, траволечение и другие);
- активное развитие познавательного и культурного туризма, формирование сети краевых музеев, регулярное проведение различных культурно-массовых мероприятий;

- развитый агропромышленный комплекс, производящий в достаточном количестве экологически чистые продукты питания в широком ассортименте;
- позитивный образ края как стабильно развивающейся территории, обеспечивающий социальное спокойствие и безопасность пребывания;
- наличие свободной рабочей силы;
- финансирование за счет средств федерального бюджета развития крупных инвестиционных проектов в сфере туризма, в том числе особой экономической зоны туристско-рекреационного типа и игровой зоны.

За последние годы многое сделано для раскрытия туристического потенциала края, формирования современной туристической деятельности, роста вклада туристической индустрии в социально-экономическое развитие региона: развивается инфраструктура туризма, прежде всего особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», ведутся работы по созданию туристических кластеров.

Краевые власти ставят задачу, чтобы к 2025 году регион мог претендовать на 2,5% туристического потока в России, что составит 3,2 миллиона туристов в год [1].

Стратегической целью социально-экономического развития Алтайского края в сфере туризма является создание всесезонного туристического комплекса международного уровня, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Алтайский край обладает мощным рекреационным потенциалом и в скором будущем станет туристическим центром в развитой инфраструктуре туристической индустрии.

Библиографический список

1. Постановление Администрации АК от 19.11 2012 г. №569 о законе Алтайского края «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года».

2. Осадчая О.П. Туристско-рекреационный комплекс – стратегическое направление социально-экономического развития края/ О.П.Осадчая // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы пятой международной научно-практической конференции 18-19 апреля 2013 г.» Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2013. – 377 с. (С. 210-214).

3. Постановление Администрации АК от 23 декабря 2010 г. №583 Об утверждении краевой целевой программы «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2011-2016 годы.

4. Десять важных итогов 2013 года в сфере туризма в Алтайском крае [Электронный ресурс] gotoaltay.ru

5. Итоги социально-экономического развития Алтайского края в 2013 г. [Электронный ресурс] info@altairegion22.ru

6. <http://www.altairegion22.ru/gov/administration/glava/blog/>

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МОНОГОРОДОВ ВОСТОЧНОГО КАЗАХСТАНА И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

Г.Б. Пестунова

ВКГТУ им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск

В статье рассматриваются социально-демографические проблемы моногородов, сложившиеся вследствие высокой зависимости занятости населения от градообразующего предприятия, в которых производство большей частью опирается на существующие промышленные площадки, низкой степени диверсификации экономики монопрофильных городов. Предлагаются пути решения поставленных проблем.

На сегодняшний день при развитии глобального кризиса, который сопровождается повышением цен на сырьевую продукцию, политика Казахстана в отношении моногородов изменилась, и на государственном уровне остро стоят вопросы разрешения проблем их развития. Это объясняется тем, что в большей части моногорода имеют специализацию в добывающей промышленности. Государство также призвано играть определяющую роль в обеспечении условий для поддержания режима свободной конкуренции между регионами.

Моногород – это город, где основная часть (20 % и более) промышленного производства и трудоспособного населения сосредоточена на одном или нескольких (немногих) градообразующих предприятиях, как правило, одного профиля и сырьевой направленности (моноспециализация), которые при этом определяют все экономические и социальные процессы, происходящие в городе [1].

Следовательно, население, не работающее на градообразующих предприятиях, необходимо обеспечить оптимальной занятостью в целях снижения миграционных процессов.

Перечень моногородов, которым будет оказана поддержка в рамках реализации Программы развития моногородов на 2012-2020 годы, одобрен 20 марта 2012 года на заседании Правительства Республики Казахстан. Согласно Программе развития моногородов на 2012-2020 годы (далее Программа), в Восточном Казахстане в категорию моногородов включены следующие города: Риддер, Зыряновск, Серебрянск и Курчатов. Общая численность населения моногородов ВКО составляет 113 829 человек, что составляет более 8% от общего числа жителей области.

Общий объем выделенных средств составляет – 447,5 млн. тенге, в том числе: г. Зыряновск – 150,1 млн. тенге, г. Курчатов – 44 млн. тенге, г. Риддер – 215,4 млн. тенге, г. Серебрянск – 37,9 млн. тенге.

Проведенный анализ выделенных средств на развитие моногородов ВКО показывает, что объем выделенных средств зависит только от численности жителей моногорода, не учитывая его индивидуальность и разнородность проблем конкретного моногорода.

В трех моногородах Восточного Казахстана градообразующие предприятия функционируют, однако имеется ряд социально-экономических проблем, требующих своего разрешения.

Так, в городе Зыряновске стабильно работает Зыряновский горно-обогатительный комплекс (ТОО «Казцинк»), в городе Риддер – Риддерский горно-металлургический комплекс (ТОО «Казцинк»). В городе Курчатов работает РГП «Национальный ядерный центр Республики Казахстан» (АО «Парк ядерных технологий»). Город был создан в Советском Союзе для выполнения специальных работ в оборонной отрасли и являлся закрытым административно-территориальным образованием.

При этом в городе Серебрянске ТОО «Серебрянский завод неорганических производств» (ТОО «СЗНП») является банкротом. Статус города определен как моногород, в котором свернуто промышленное производство. Сложившаяся ситуация возникла из-за удаленности рынков сбыта и высоких тарифов на транспортировку, а также физически и морально устаревшим оборудованием, потерей квалифицированных кадров в результате миграции.

Сложные процессы формирования и становления рыночной экономики отразились в демографических и социальных процессах моногородов. Это объясняется кризисными тенденциями в экономике, отказом государства от множества социальных льгот и гарантий, трудностями адаптации населения к новым условиям жизни, снижению рождаемости, средней продолжительности жизни, миграционные потери из-за невостребованности трудового и творческого потенциала привели к существенному сокращению населения моногородов.

Численность населения города Риддер, имеющая тенденцию ежегодного сокращения, с 2006 года (60,8 тыс. человек) сократилась на 4,9% и составила на 1 января 2012 года 57,8 тыс. человек. Сокращение численности населения обусловлено низким уровнем рождаемости и миграционным оттоком населения.

С 2008 года наметилась тенденция роста рождаемости (663 человека в 2006 году, 805 человек в 2011 году), уровень смертности с 2007 года имеет тенденцию снижения (1314 человек в 2006 году, 1106 человек в 2011 году). Однако превышение смертности над рождаемостью является причиной естественной убыли населения. Превышение показателей смертности обусловлено высокой долей возрастного населения – более 18% общей численности.

Другой причиной сокращения численности является миграционный отток. При этом наибольшую миграционную активность проявляет население трудоспособного возраста. За период 2006-2011 годы в город прибыло 4632 человека, убыло 5127 человек, сальдо миграции отрицательное и составило 495 человек.

Обязательным условием гармоничного развития региона является преодоление тенденции сокращения численности. Для достижения этой задачи требуется привлечение в город Риддер трудоспособного населения из других регионов.

Численность населения города Зыряновск имеет тенденцию ежегодного сокращения, так, с 2006 года численность населения сократилась на 6,4% и составила на начало 2012 года 38,1 тыс. человек.

Снижение численности населения происходит в основном за счет миграционного оттока населения, причинами которого являются высокий уровень самозанятого населения, низкие денежные доходы и, как следствие, выезд молодежи для получения образования и в поисках перспективной работы.

Кроме того, в городе наблюдается тенденция старения населения, что также является следствием миграционного оттока населения трудоспособного возраста. Динамика рождаемости в городе не превышает естественной убыли населения.

Проведение геологоразведочных работ с целью увеличения добычи руд и реализация намеченных комплексным планом проектов позволит сохранить численность занятого населения на уровне 26,9 тыс. человек.

За 2006-2010 годы численность населения города Курчатова увеличилась на 5,8%, составив в 2010 году 11032 человека. Причинами увеличения численности населения города являются положительные значения показателей естественного прироста и миграция населения.

За период 2006-2010 гг. наблюдается увеличение показателя рождаемости. Коэффициент рождаемости увеличился с 2006 года на 3,55% и составил в 2010 году 16,61%. Показатель смертности снизился, коэффициент смертности на 1000 человек снизился с 9,26% в 2006 году до 7,93% в 2010 году. Коэффициент естественного прироста на 1000 человек в 2010 году составил 8,68% (в 2006 году – 3,8%).

Миграционная ситуация в городе характеризуется преобладанием количества прибывших над количеством выбывших. Сальдо миграции за 2006-2010 годы составило 1167 человек. Приток кадров происходит за счет развития атомной промышленности и роста воинского контингента для охраны стратегических объектов, предприятий атомной промышленности.

Общая численность населения города Серебрянск в 2011 году составила 9 595 человек, сокращение за период 2006-2011 годы составило 9,6%. Снижение численности населения происходит в основном за счет миграционного оттока населения, причинами которого являются высокий уровень безработицы и самозанятости, низкие денежные доходы и, как следствие, выезд молодежи для получения образования и в поисках перспективной работы. Кроме того, в городе наблюдается тенденция старения населения, что также является следствием миграционного оттока населения трудоспособного возраста.

Динамика рождаемости в городе не превышает естественной убыли населения. Реализация намеченных комплексным планом проектов позволит увеличить численность занятого населения с 5,5 до 5,8 тыс. человек.

Итак, рассмотрев показатели социально-демографического состояния моногородов ВКО, можно сделать ряд выводов.

В рассматриваемых моногородах не везде отмечается тенденция ежегодного сокращения численности населения. Так, например, в г. Курчатове, данная тенденция отсутствует. Причиной сокращения является низкая рождаемость и миграционный отток, что вызывает старение населения моногорода. А это в свою очередь влечет за собой снижение трудового и интеллектуального потенциала.

Город Курчатов отличает заметная положительная динамика увеличения численности населения. Данная тенденция объясняется увеличением показателей рождаемости, а также положительными аспектами миграционных потоков. В данном случае необходимо рассматривать ситуацию по созданию мер сохра-

нения и увеличения трудового и интеллектуального потенциала этого города.

Демографическая ситуация города Серебрянска характеризуется снижением показателей естественного прироста, миграционного сальдо. Проблемы этого города настолько глубоки, что требуют от властей реальных усилий по воссозданию трудового потенциала города.

Для более наглядного рассмотрения проблем моногородов ВКО обратимся к проведенному опросу жителей. Опрос проводился Центром бизнес-информации, социологических и маркетинговых исследований BISAM Central Asia в рамках комплексного исследования социально-экономической ситуации региона [3].

Для проведения исследования было опрошено 400 жителей и 100 представителей малого и среднего бизнеса.

Так, 55% опрошенных респондентов считают, что социально-экономическая ситуация в ВКО существенно не меняется, 34%, напротив, заметили улучшение. Если посмотреть выборку по отдельным городам, то положительные перемены отмечают 45 % зыряновцев и 41% – курчатовцев. Серебрянцы же настроены более пессимистично: 38 % уверены, что стало только хуже. Любопытно, что при этом больше всего людей, ощущающих спокойствие, живут именно в Серебрянске – 38 %.

Оптимистичной выглядит статистика намерений жителей моногородов. 67% опрошенных твердо решили остаться на малой родине. Самый высокий результат показали зыряновцы – 81% человек.

Среди причин такого решения особенно популярными оказались: «это мой родной город» и «я не вижу лучшей перспективы на новом месте жительства».

Отношение жителей к собственному финансовому положению распределилось следующим образом. Только 5% отметили, что не испытывают материальных затруднений. Большая часть респондентов призналась, что денег хватает на необходимое, но они не могут платить за товары длительного пользования. Хуже всего дела обстоят у жителей г. Серебрянска: 21% опрошенных признались, что могут позволить себе купить только самые необходимые продукты питания.

Большие надежды респонденты возлагают на комплексные планы развития моногородов, которые, по мнению исследователей, пока воспринимаются скорее как «латание дыр», попытки «пристроить население» и «приостановить негативные процессы».

Проведенный опрос позволяет сделать вывод о том, что несмотря на сложное финансовое положение как самих жителей, так и всего города, они настроены оптимистично, возлагают надежды на восстановление городов и не желают менять место жительства. То есть при реальной поддержке со стороны государства можно ожидать поддержку со стороны жителей на проводимые реформы.

Версия о том, что какой-либо из моногородов должен быть закрыт, а его жители расселены в другие места проживания, в данном случае не может быть рассмотрена и реализована.

Основным направлением дальнейшего развития всех моногородов ВКО остается ориентация на точки роста существующих промышленных площадок.

Это объясняется тем, что в них сформирована промышленная база и есть необходимость того, чтобы эти предприятия продолжали свою стабильную работу.

Но современные реалии таковы, что развитие промышленных предприятий не приведет к достаточной занятости, так как развивающиеся технологии приведут к сокращению рабочих мест, а следовательно, город с его поселениями и инфраструктурой в скором времени будет не нужен. На данную проблему необходимо уделить особое внимание.

Развитию малого бизнеса в моногородах препятствуют низкий производственный и потребительский спрос, недоступность финансово-кредитных ресурсов, обусловленная отсутствием у предпринимателей ликвидного залогового имущества.

При этом в Программе решение проблем будет осуществляться по следующим направлениям:

- создание новых рабочих мест в городе за счет реализации инвестиционных проектов;
- реализация специальных планов по развитию предпринимательства, в том числе финансовая поддержка начинающих и действующих предпринимателей;
- партнерские программы с градообразующими и другими крупными компаниями по развитию малого и среднего бизнеса в городе;
- повышение транспортной доступности и создание условий для «маятниковой» трудовой мобильности населения и эффективной занятости;
- развитие коммунально-инженерной и социально-рекреационной инфраструктуры городов;
- профессиональная подготовка и обучение специалистов;
- улучшение состояния окружающей среды.

Для выхода из сложившейся ситуации в моногородах необходимо добиться появления положительных экономических и социальных эффектов [5].

Отход от сырьевой направленности экономики моногородов, а также от моноспециализации возможен за счет диверсификации экономики путем создания альтернативных производств и развития малого и среднего бизнеса, в том числе:

- создание бизнес-инкубаторов;
- выделение грантов на открытие бизнеса; микрокредитование; развитие франшизы;
- предоставление льготной аренды; гарантированный госзаказ; лизинг оборудования;
- создание новых бизнес-структур и привлечение инвестиций;
- создание особых экономических зон регионального уровня;
- предоставление субсидий на открытие компаниями филиалов в регионе.

Все это приведет к значимым экономическим эффектам, таким как: создание инновационных производств, увеличение темпов экономического роста, увеличение налоговых поступлений в бюджет.

Перечисленные экономические эффекты приведут к повышению эффективности местного управления за счет выведения на аутсорсинг непрофильных

активов предприятий объектов социально-культурной сферы, объектов коммунально-бытового обслуживания, вспомогательных и обслуживающих (сервисных) подразделений, что, несомненно, приведет к росту качества жизни населения моногородов.

При этом также будет достигнут ряд социальных эффектов:

- снижение социальной напряженности;
- создание новых рабочих мест;
- накопление человеческого капитала и повышение мобильности населения;
- увеличение бюджетных расходов на социальные нужды.

Таким образом, без проведения эффективной политики государственной поддержки градообразующих предприятий и занятости на территориях монопрофильных городов невозможно преодолеть существующие проблемы зависимости благополучия населения целых городов от конъюнктуры мировых рынков и цикличности развития экономики. Реализуемые в настоящее время направления политики содействия занятости необходимо совершенствовать на основе изучения факторов, детерминирующих рост безработицы в городах с монопрофильной экономикой.

Библиографический список

1. «Программа развития моногородов на 2012-2020 годы» от 25.05.2012 № 683 [Электронный ресурс] <http://adilet.zan.kz>
2. Комплексные планы развития моногородов ВКО на 2013-2015 годы [Электронный ресурс] <http://econvko.gov.kz>
3. Сосновская О. «Зыряновск и Риддер относят к городам с серьезными последствиями, Серебрянск и Курчатов – с катастрофическими: «Опрос населения» [Электронный ресурс] <http://altaynews.kz>
4. Экономический потенциал Восточно-Казахстанской области в контексте перспектив размещения производительных сил и расселения населения на период до 2030 года. – г. Караганда, проект Программы развития ООН в Казахстане, 2013.
5. Развитие человеческого капитала Республики Казахстан: региональный аспект: Монография/Под общ. ред. д.э.н., профессора Е.Б.Аймагамбетова. – Караганда: КЭУК, 2013. – 303с.

ИНФОРМАЦИЯ О СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ Г. РУБЦОВСКА ЗА 2013 ГОД

И.В. Пурыга

Отдел экономического развития и ценообразования Администрации г. Рубцовска

По информации Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю, оценка численности постоянного населения на 01 января 2014 года составляет 147448 человек (на 01.01.2013 составляла 145834 чел.).

В отчетном периоде естественная убыль населения составила 519 человек, по сравнению с прошлым годом наблюдается ее увеличение на 72 человека. За 2013 год в городе родилось 1736 детей, коэффициент рождаемости составил 11,9 промилле. За 2012 год родилось 1784 ребенка, коэффициент рождаемости составлял 12,2 промилле.

Умерло за 2013 год 2255 человек. Коэффициент смертности составил 15,5 промилле. За 2012 год умерло 2327 человек, показатель смертности составлял 15,9 промилле.

За отчетный период в город прибыло 7534 человек, выбыло из города 5401 человек. Миграционный прирост составил 2133 человек, он происходит в основном за счет государств-участников СНГ, районов Алтайского края.

Общая численность проживающих соотечественников на территории вселения «Город Рубцовск и Рубцовский район» в рамках реализации «Программы Алтайского края по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом, на 2009 - 2012 годы» по состоянию на 01.01.2014 года составляет 1644 соотечественников, из которых 901 участник Госпрограммы и 743 члена семьи. С 01.09.2013 года вступила в действие новая долгосрочная целевая программа «Оказания содействия добровольному переселению в Алтайский край соотечественников, проживающих за рубежом на 2013-2015 годы». По состоянию на 01.01.2014 года численность участников программы составила 5 человек и 10 членов их семей.

По данным отдела ЗАГС, зарегистрировано 1314 браков, что на 39 меньше, чем за 2012 год. Зарегистрировано 797 разводов, это на 68 больше, чем за отчетный период 2012 года. В 2013 году умерло 19 детей на первом году жизни (в 2012 году 30 детей).

Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника по городу по сравнению с 2012 годом возросла на 15,9% и составила 17491 рубль.

Анализ величины среднемесячной заработной платы показывает, что сохраняется существенная дифференциация ее по видам деятельности. Среднемесячная заработная плата за 2013 год и её темп роста к 2012 году по полному кругу организаций города представлены в таблице 1.

Среднемесячная заработная плата одного работника на крупных и средних предприятиях в отчетном периоде составила 18960,5 рублей, а в организациях малого бизнеса 10726,7 рубля.

На 01.01.2014 невыплаченной заработной платы в наблюдаемых отраслях экономики нет.

Просроченной задолженности по заработной плате из федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местного бюджета нет.

Общий индекс промышленного производства по полному кругу предприятий за отчетный период составил 107,0 % (это первая позиция среди городов Алтайского края, показатель в Алтайском крае составил 100,3%).

Таблица 1

Среднемесячная заработная плата за 2013 год по городу Рубцовск

Вид деятельности	Среднемесячная заработная плата, рублей	% к 2012 году
- обрабатывающие производства	18150	112,5
- производство и распределение э/энергии, газа и воды	15870,5	111,4
строительство	12298,9	98,1
- транспорт и связь	20583,2	105,6
- оптовая и розничная торговля, ремонт автомобильных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования	12383,4	122,5
- операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	12569,5	111,5
- предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	9404,4	116,2
- здравоохранение и предоставление социальных услуг	15828,4	112,4
- образование	12542,9	119,5
- финансовая деятельность	28018,1	103,3
- гостиницы и рестораны	9568,2	124,3
- государственное управление и обеспечение военной безопасности, обязательное социальное обеспечение	30950,3	129,6

Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по полному кругу предприятий и организаций города по всем видам деятельности составил 14 258 884 тыс. руб., темп роста к прошлому году 105,9%. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг на душу населения составил 97 237 рублей.

По оперативным данным управления по промышленности, энергетике, транспорту, развитию предпринимательства и труду администрации города, наибольший вклад в обеспечение достигнутого общегородского роста промышленного производства внесли следующие предприятия:

	темп роста реализации товарной продукции
ФЛ ОАО «Алтайвагон»	- 113,3%
ЗАО «Литком ЛДВ»	- 120,0%
ОАО «Металлозавод»	- 102,0%.

В производстве пищевых продуктов увеличил реализацию продукции в сравнении с 2012 годом ОАО «Мельник» (116,3%), ОАО «Рубцовский мясокомбинат» (111,9%), Рубцовский молочный завод филиал ОАО «ВБД» (106,4%).

С темпом роста 385,3% в отчетном периоде отработало ЗАО «Швейная фабрика».

Снизили объемы реализации товарной продукции за отчетный период по сравнению с прошлым годом ОАО «Рубцовский хлебокомбинат» (99,9%), ЗАО «Мебельная фабрика (76,3%), ОАО «Рубцовская типография» (92,0%), ОАО «АСМ – Запчасть» (93,7%) и ООО «Завод нестандартного оборудования» (88,8%).

Современный потребительский рынок города Рубцовска имеет устойчивое состояние, и его можно характеризовать как стабильный, с соответствующим уровнем насыщенности товарами и услугами, достаточно развитой сетью предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения, с очень высокой предпринимательской активностью.

Благоприятная экономическая конъюнктура, устойчивый рост заработной платы и пенсий способствовали дальнейшему увеличению потребительского спроса населения и постепенному темпу роста розничного товарооборота.

За 2013 год по полному кругу предприятий и организаций города объем оборота розничной торговли увеличился в фактических ценах на 8,8 % и составил 15612,0 млн. рублей. Индекс физического объема оборота розничной торговли составил 102,1%. По обороту розничной торговли на душу населения (106464 руб.) город занимает пятую позицию среди городов края.

Для обеспечения прироста объемов к достигнутым показателям 2012 года расширена торговая сеть – за 2013 год введено 28 объектов розничной торговли, в том числе 6 продовольственных и 13 непродовольственных магазинов. На 01.01.2014 действует 799 магазинов общей торговой площадью 141079 кв.м, в том числе 298 продовольственных, 475 непродовольственных и 26 магазинов смешанной торговли. Из общего числа магазинов 512 используют прогрессивные формы и методы обслуживания: самообслуживание – 175 магазинов, 310 магазинов предоставляют услугу по предоставлению кредита, 27 магазинов реализуют продукцию собственного производства.

Оборот общественного питания по полному кругу предприятий и организаций, осуществляющих торговую деятельность на территории города за 2013 год, составил 343,2 млн. руб., это в фактических ценах больше уровня 2012 года на 12,0 %. Фактическое выполнение оборота общественного питания в сопоставимых ценах по городу составило 102,8 %. Оборот общественного питания в расчете на душу населения составил 2341 рубль.

Для обеспечения прироста объемов работает общедоступная сеть предприятий общественного питания: 31 кафе, 2 ресторана, 1 бар, 31 закусочная, 3 столовые и 29 иных пунктов питания.

Объем платных услуг, предоставленных населению города, за отчетный период, составил 2632,7 млн. руб. по полному кругу предприятий и организаций, что в действующих ценах на 5% выше, чем за 2012 год. Объем платных услуг на душу населения составил 17953 рубля, что соответствует 4 позиции из 10 городов края. В отчетном периоде открыто 26 объектов бытового обслуживания.

Инвестиции в основной капитал за счет всех источников финансирования по полному кругу организаций за 2013 год составили 1 004,1 млн. руб., на душу

населения – 6809,8 рублей. Индекс физического объема составил 54,7 % к соответствующему периоду прошлого года.

Наибольшие средства инвестируются в такой вид экономической деятельности, как обрабатывающие производства, – 492,2 млн. руб., что составляет 49% от всех инвестиций.

За 2013 год в сфере экономики осуществлялась реализация 10 внебюджетных инвестиционных проектов:

- техническое перевооружение производства мелкого и среднего вагонного литья Рубцовским филиалом ОАО «Алтайвагон»;

- создание лесопильно-деревообрабатывающего комбината в г. Рубцовске Алтайского края ООО «Рубцовским лесопильно-деревообрабатывающим комбинатом»;

- разработка посевных почвообрабатывающих комплексов Рубцовским филиалом ОАО «НПК «Уралвагон-завод»;

- создание машин на базе шасси 521M1 Рубцовским филиалом ОАО «НПК «Уралвагон-завод»;

- производство и реализация сельскохозяйственных тракторов Беларус-2103, Беларус-1502 Рубцовским филиалом ОАО «НПК «Уралвагон-завод»;

- расширение производства почвообрабатывающей сельскохозяйственной техники ЗАО «РЗЗ»;

- расширение и модернизация складских площадок под готовую продукцию ОАО «Мельник»;

- реконструкция автомобильных подъездных путей под большегрузные автомобили ОАО «Мельник»;

- производство детской продукции, линейка детского питания ОАО «Рубцовский мясокомбинат»;

- производство мыла ОАО «Рубцовский мясокомбинат».

В 2013 году в сфере потребления завершены 3 внебюджетных инвестиционных проекта:

- строительство здания на два магазина по ул. Комсомольская, 149;

- строительство магазина в 35 метрах северо-восточнее жилого дома по ул. Комсомольской, 83;

- магазин продовольственных товаров с административными помещениями и кафе по ул. Щетинкина, 5;

За 2013 год осуществлялась реализация 8 бюджетных проектов.

По Программе «80X80»:

- капитальный ремонт здания МБУК «Рубцовский драматический театр» по ул. Карла Маркса, 14, профинансирована разработка проектной и рабочей документации из краевого бюджета – 1000,0 тыс. руб. и местного – 5200,0 тыс. руб.;

- строительство детского сада на 330 мест по пр. Ленина, 271 в микрорайоне 51 г. Рубцовска Алтайского края, профинансировано федеральных субсидий – 167918,0 тыс. руб. и на подготовку проектно – сметной документации из местного бюджета 3825,0 тыс. руб.

В рамках ДЦП «Преодоление последствий на Семипалатинском полигоне на 2011-2015 годы» профинансировано 12604,0 тыс. руб., в том числе за счет федерального бюджета – 7826 тыс. руб. и краевого, местного бюджетов по 2389 тыс. руб. на реконструкцию магистральных тепловых сетей в г. Рубцовске с завершением 1 этапа стоимостью реконструкции 8964,49 тыс. руб. (протяженностью 188 п.м.) и 2 этап стоимостью реконструкции 9116,05 тыс. руб. (протяженностью 179 п.м.).

По ВЦП «Развитие физической культуры и спорта в Алтайском крае» на 2012-2014 годы профинансировано строительство футбольного поля с искусственным покрытием по ул. Калинина, 21 за счет краевого 9000,0 тыс. руб. и местного 8677 тыс. руб., укладка искусственного покрытия и его составляющих за счет федерального бюджета в сумме 9000 тыс. руб. предусмотрена на 2014 год.

По ДЦП «Развитие дошкольного образования в Алтайском края» на 2011-2015 годы введен после ремонта (восстановления) МДОУ «Центр развития ребенка – детский сад №6 «Сказка» по ул. Громова, д.3а мощностью на 95 мест. За 2013 год завершено финансирование доли местного бюджета 7000,0 тыс.руб. Стоимость проекта составила 32000,8 тыс. руб., в том числе субсидий краевого бюджета – 16000,4 тыс. руб. и местного бюджета – 16000,4 тыс. руб.

За счет краевых субсидий на ремонт автомобильной дороги общего пользования в г. Рубцовске по ул. Калинина с путепроводом через основные железнодорожные пути профинансировано 68950,0 тыс. руб. и из местного бюджета – 12017,0 тыс. руб.

В рамках адресной инвестиционной программы муниципального образования город Рубцовск на 2013 год осуществлялось:

- строительство 5-этажного жилого дома №25 по пр. Ленина, мкр.33, профинансировано за счет местного бюджета 5200 тыс. руб.;
- строительство городского кладбища с выполнением работ профинансировано из местного бюджета – 5000,0 тыс. руб.

За 12 месяцев 2013 года введено 10745 кв. м общей площади жилых домов, из них построено индивидуальными застройщиками – 5616 кв.м. В сентябре 2013 года завершено строительство 2 блок-секций 9-этажного кирпичного жилого дома, по пер. Улежникова, 7, мкр.25.

По муниципальной целевой программе «Переселение граждан из аварийного жилищного фонда в городе Рубцовске» на 2012-2013 годы переселены 154 жителя из аварийного жилого фонда в 65 жилых помещений. Для переселения граждан из аварийного жилищного фонда за счет средств, выделенных на 2013 год, велось строительство 2 малоэтажных домов общей площадью 3168,59 кв.м. За 2013 год профинансировано 37452,8 тыс. руб., в том числе федеральных средств – 25785,7 тыс. руб., краевого бюджета – 4161,2 тыс. руб. и местного бюджета с учетом дополнительных вложений – 7505,8 тыс. руб.

В отчетном периоде выдано 88 разрешений на индивидуальное строительство, принято 89 решений о выделении земельного участка под застройку для индивидуального жилищного строительства, что на 28 решений больше прошлого года.

В современных условиях важной составляющей развития экономики города является малый и средний бизнес.

На 01.01.2014 количество субъектов малого предпринимательства составило: юридических лиц (малых предприятий) – 1454, индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица – 3361, крестьянско-фермерских хозяйств – 13. Количество средних предприятий на 01.01.2014 составило 4.

По данным налоговой инспекции по состоянию на 01.01.2014, от субъектов малого и среднего бизнеса в бюджеты всех уровней поступило налогов и сборов на сумму 461 941 тыс. рублей. В бюджет города объем поступлений налогов и сборов от субъектов малого и среднего предпринимательства составил 135 539 тыс. рублей.

Среднемесячная заработная плата одного работника в организациях малого бизнеса за отчетный период составила 10726,7 руб., в сравнении с аналогичным периодом 2013 года она увеличилась на 9,3 %.

По программе содействия занятости населения на 2011-2013 годы оказана финансовая помощь на организацию предпринимательской деятельности 46 человекам. В отчетном периоде на реализацию муниципальной целевой программы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городе Рубцовске» на 2011-2013 годы направлено средств бюджета города в сумме 250,0 тыс. руб. По господдержке субъектов малого и среднего предпринимательства профинансировано 30 инвестиционных проектов на общую сумму более 20,1 млн. руб.

По итогам 2013 года комиссиями по размещению муниципального заказа города проведен 131 открытый аукцион в электронной форме, 287 запросов котировок. Экономия бюджетных средств составила 38 015,9 тыс. рублей.

Общая стоимость заключенных контрактов по результатам торгов и запросов котировок составила 492 103,5 тыс. рублей, в том числе объем муниципального заказа, размещенного у субъектов малого предпринимательства, по результатам торгов и запросов котировок составил 23 957,7 тыс. рублей.

Темп роста объема муниципального заказа, размещенного путем проведения торгов и запросов котировок, к соответствующему периоду прошлого года – 154,1%.

Численность официально зарегистрированных безработных на 01.01.2014 составила 560 человек, в том числе 137 человек – молодежь до 30 лет и 315 – женщины. В сравнении с 2012 годом численность безработных граждан снизилась на 179 человек. Уровень официально зарегистрированной безработицы составил 0,6 %.

Коэффициент напряженности на рынке труда составил 1 человек незанятых граждан на одно вакантное место против 1,5 за предыдущий год.

В отчетном периоде дополнительно введено 664 рабочих места.

В отчетном периоде в КГУ «Центр занятости населения г. Рубцовска» поданы сведения о высвобождении 797 человек с 67 предприятий города, в том числе: ФКУ ИК-5 УФСИН России по Алтайскому краю – 23 человека, Рубцовское отделение №270 ОАО Сбербанк России – 9 человек, «Рубцовский машино-

строительный техникум» – 12 человек, ООО «Бетон 45» – 10 человек, Путевые мастерские на станции Рубцовск – 13 человек, МУП «Рубцовский тепловой комплекс» – 15 человек.

В Центр занятости в течение отчетного периода обратилось 405 человек, уволенных по сокращению штатов, все признаны безработными.

По состоянию на 01.01.2014 общее количество получателей льгот, состоящих на учете в управлении социальной защиты населения по городу Рубцовску, составляет 43348 человек, из них:

- федеральных льготников – 37425 человек;
- региональных льготников – 17161 человек.

Из общего числа льготников 11238 человек одновременно состоят на учете в краевом и федеральном регистрах получателей льгот.

Средний размер пенсии на 01.01.2014 года составил 9508,9 рублей. Трудовая пенсия составила 9865 рублей, пенсия по старости – 10072,5 рублей, по инвалидности – 6351,4 рублей и по случаю потери кормильца 7470,5 рублей.

На 01.01.2014 660 детей находится под опекой и попечительством (на этот же период прошлого года – 638 детей).

С целью поддержки малоимущих граждан разработана и действует городская целевая программа «Социальная поддержка малоимущих граждан и малоимущих семей с детьми города Рубцовска на 2011-2013 годы». За отчетный период по данной программе израсходовано 2212,1 тыс. рублей.

ББК: 631.15-631.3

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК

А.С. Темиргалиева, Б.М. Баядилова, Г.Т. Самиева

Государственный университет имени Шакарима города Семей

В статье рассматриваются основные задачи, которые стоят перед государственной аграрной политикой в современных условиях; выявлены основные проблемы и перспективы развития АПК Республики Казахстан.

Агропромышленный комплекс является самым крупным народнохозяйственным комплексом страны и включает три сферы связанных между собой отраслей – сельское хозяйство и отрасли «до» и «после» сельского хозяйства. Агропромышленный комплекс также один из важнейших отраслей в экономике Казахстана. На его долю приходится более 30% работников отраслей материального производства, 25% основных фондов. От устойчивого функционирования аграрного сектора в значительной степени зависит уровень жизни населения.

Государственная аграрная политика Республики Казахстан нацелена на обеспечение продовольственной независимости страны, улучшение продовольственного снабжения населения, повышение эффективности сельскохозяйственного производства и улучшения материального и социального положения сельских жителей.

Формирование инновационной политики на предприятиях АПК – обязательный элемент организации стратегического управления, призванного стабилизировать экономическую ситуацию в данной области. Инновационный потенциал предприятий складывается из определенных элементов. Прежде всего, это лидер-новатор и его команда, заинтересованные в разработке и использовании технических новшеств; наличие материальных ресурсов, включающих необходимое оборудование и ресурс площадей; финансовые средства, складывающиеся из собственных, заемных и инвестиционных.

Целесообразно применять так называемое «точечное инвестирование», т.е. в первую очередь выделять требуемые финансовые ресурсы тем предприятиям, которые имеют соответствующие рыночным требованиям стратегию и структуру управления, ориентируются на возможно более полное насыщение рынка востребованными видами продукции, а прибыль направляют прежде всего на развитие производства.

Инновационная политика предприятий АПК должна включать в себя следующие элементы:

- разработка планов и программ инновационной деятельности;
- подготовка конкретных и реально выполнимых в условиях регионального агропромышленного комплекса инновационных проектов, учитывающих природно-климатические условия района и сезонный характер сельскохозяйственного производства;
- контроль за ходом разработки нововведений и их внедрением;
- проведение единой инновационной политики, что подразумевает координацию усилий всех подразделений предприятия;
- обеспечение финансовыми и материальными ресурсами, квалифицированным персоналом программ нововведений;
- создание временных целевых групп для комплексного решения инновационных проблем – от идеи до внедрения продукта на рынок.

Для своевременной реализации Стратегии в республике созданы специальные институты развития.

Основной задачей Банка развития является финансовая поддержка инициатив частного сектора и государства в перерабатывающих отраслях и инфраструктуре (в части инвестиционно-инновационных проектов, обеспечивающих техническое перевооружение и модернизацию производства) путем предоставления долгосрочных и среднесрочных низкопроцентных кредитов, в том числе экспортных, а также выдачи гарантийных обязательств по займам и кредитам, предоставляемым другими кредитными институтами. Таким образом, Банк, используя рыночные механизмы и инструменты, призван осуществлять реализацию инвестиционной политики государства совместно и в координации с другими финансовыми институтами с государственным участием. И основная ниша, которая отведена Банку развития, – это удовлетворение на коммерческой основе инвестиционных потребностей перерабатывающего сектора в кредитных ресурсах на условиях, которые не обеспечиваются банками второго уровня.

Вторым важнейшим институтом, призванным осуществлять реализацию государственной инвестиционной политики, является Казахстанский инвестиционный фонд, основная цель которого – оказание финансовой поддержки инициативам частного сектора в несырьевом секторе экономики путем долевого и неконтрольного участия в уставном капитале предприятий как в Казахстане, так и за рубежом.

Формы и методы государственной поддержки и стимулирования развития структурной политики выбраны таким образом, что они являются необходимыми и в то же время безущербными для экономики, способствуют развитию частной инициативы, созданию равных конкурентных условий для бизнеса на рынке. Это объясняется тем, что государство берет на себя функции только «катализатора» развития и повышения конкурентоспособности экономики, не намереваясь напрямую вмешиваться в предпринимательскую деятельность.

Стратегия индустриально-инновационного развития является основополагающим документом, разработанным для ускоренной модернизации экономики Казахстана и ее перевода на долгосрочный устойчивый рост, отвечающий целям поступательного и динамичного развития страны.

С учетом особенностей развития агропродовольственного сектора и роста доходов от сельскохозяйственной деятельности имеющийся переизбыток сельского населения является одной из причин сдерживания роста уровня жизни населения и превращается в серьезную проблему при планировании устойчивого развития страны.

Проблема еще больше усугубляется нерациональными схемами расселения, сохранившимися со времен административной экономики, в результате чего при формировании инвестиционных программ продолжается неэффективное вложение средств, направляемых на развитие социальной инфраструктуры села, миграционные процессы носят стихийный, неуправляемый характер.

Разработка настоящей программы вызвана необходимостью принятия мер по эффективному развитию сельских территорий и формированию оптимальных схем сельского расселения, позволяющих концентрировать ресурсы в экономически перспективных местах жизнеобитания и обеспечивающих приемлемый уровень доходов сельского населения.

Задачами государственного регулирования агропромышленного производства является:

1. стабилизация развития агропромышленного комплекса;
2. обеспечение продовольственной безопасности Республики Казахстан;
3. улучшение продовольственного обеспечения населения;
4. поддержание экономического паритета между сельским хозяйством и другими отраслями экономики;
5. сближение уровней дохода работников сельского хозяйства и промышленности;
6. защита отечественных товаропроизводителей в сфере агропромышленного производства;

С переходом к рыночной экономике произошел полный пересмотр методов и форм государственного вмешательства в агропромышленный комплекс. В

соответствии с Посланием Президента народу Казахстана приоритетом в стратегическом курсе Правительства Республики Казахстан разработана программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы «Агробизнес-2020». Программа была разработана в связи с усилением конкуренции в условиях Таможенного союза, а также предстоящего вступления в ВТО. Государственная программа «Агробизнес-2020» является хорошим подспорьем для развития сельскохозяйственного сектора экономики страны,

В данной программе предусмотрено множество мер по поддержке сельского бизнеса. Субсидирование ставки по кредитам, субсидирование вознаграждения по кредитам, субсидирование ставки по лизингу, страхование займов, гарантирование займов, финансовое оздоровление – много специальных программ предусмотрело государство и для финансовой поддержки начинающих предпринимателей. Например, у одной из дочерних компаний «КазАгро» – «Фонда финансовой поддержки сельского хозяйства» есть даже специально разработанная программа по стартовому бизнесу.

Научная доходность сельского хозяйства, зависящего от природных факторов и имеющего ярко выраженный сезонный характер производства, обусловлена также его большей по сравнению с промышленностью технологической отсталостью.

Кроме того, эта отрасль медленнее, чем другие, приспосабливается к меняющимся экономическим условиям. Вложенные на него капитальные вложения приносят меньшую отдачу. Однако уровень развития агропромышленного производства напрямую влияет на состояние продовольственной безопасности страны. Поэтому необходимо создать действенную систему государственного регулирования агропромышленного производства.

Концептуальные положения совершенствования экономического механизма регулирования сельского хозяйства региона заключаются в следующем:

- стимулировании и поддержке отраслей растениеводства и животноводства. Максимальное использование потенциала сельскохозяйственных земель, внедрение ресурсосберегающих технологий в растениеводстве, развитие селекции и семеноводства, использование новейших достижений в этой области как фактора интенсификации производства и инновационного развития отрасли. Возрождение отраслей животноводства на новой технологической основе, совершенствование системы кормопроизводства, использование новейших достижений селекционной работы, создание условий для рентабельной работы отрасли в условиях глобализации рынков сырья и конечной продукции. К основным инструментам воздействия можно отнести: -региональные целевые программы развития отраслей сельского хозяйства; методики, инструкции, рекомендации по развитию и совершенствованию экономических процессов; информационно-консультативное обслуживание;

- созданию условий для развития региона с учетом зональных особенностей. Разработка плана деятельности субъектов, целевых производственных программ, объема финансовых ресурсов с учетом почвенно- климатических

условий и возможности конкурентоспособного ведения сельскохозяйственного производства. Разработка положений по определению размеров отраслей с учетом имеющегося экономического потенциала, конкретных природно-производственных условий и конъюнктуры рынка регионального и хозяйственного уровня;

- качественном росте технической оснащенности АПК. Принятие мер по организации лизинга сельхозтехники, технологического оборудования, спецтехники, оборудования по переработке сельхозпродукции для субъектов АПК; принятие меры по привлечению инвестиций для формирования инновационных проектов, направленных на выпуск конкурентоспособной продукции (широкозахватной посевной и уборочной техники); содействие созданию сервис-центров, специализирующихся на автоматизации процессов производства молока, оказании услуг по механизированной стрижке овец, заготовке и обеспечению кормами, убоя скота. Организации лизинга, привлечение инвестиций, разработка инновационных проектов, налоговые и кредитные льготы.

- созданию финансовой и страховой инфраструктуры АПК. Расширение сети сельских кредитных товариществ. Принятие меры по привлечению кредитных ресурсов банков второго уровня на пополнение оборотных средств. Проведение весенне-полевых и уборочных работ для приобретения отечественными товаропроизводителями основных и оборотных средств. Предоставление мер государственной поддержки при наличии страховых полисов в области страхования в растениеводстве. Поддержка сельского предпринимательства и повышение доходности сельского населения.

- стимулировании объединения сельхозпроизводителей в средние и крупные формирования через использование механизма реализации бюджетных программ для: проведения весенне-полевых и уборочных работ; развитие семеноводства сельскохозяйственных культур с учетом диверсификации растениеводства (оригинальных и элитных семян). Поддержка повышения урожайности и качества производимых сельскохозяйственных культур. Развитие племенного животноводства: организация приобретения, содержания высококлассных племенных животных и выращивания ремонтного молодняка для расширенного производства. Основные инструменты воздействия: субсидирование стоимости товарно-материальных ценностей; субсидирование минеральных удобрений; выделение кредитов на создание молочно-товарных ферм, строительство животноводческого комплекса, приобретение племенного поголовья, организация кормовой базы в пригородной зоне.

Для успешной реализации поставленных в Стратегии индустриально-инновационного развития в Агропромышленном комплексе Восточно-Казахстанской области задач предложено:

1. Создание льготной системы кредитования сельскохозяйственного производства, системы фермерских хозяйств через сеть специально организованных банков и парибанков. Закон Республики Казахстан, принятый 31 марта 1998 года «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», не решает этой задачи.

2. Существенное облегчение доступа сельскохозяйственных производителей к кредиту за счет снижения процентной ставки.

3. Широкое использование для поддержки фермера прямых инвестиций, системы льгот и преимуществ.

Государственная налоговая политика в сельском хозяйстве, как и в сфере экономики в целом, в нынешних условиях стабилизации многих экономических процессов должна быть направлена на широкое использование стимулирующей налоговой функции.

С целью повышения эффективности инвестиций в сельском хозяйстве Республики Казахстан необходима кооперация самих сельхозпроизводителей, затем их кооперация с перерабатывающими предприятиями, торговлей и банковской сферой.

Важной функцией государства в регулируемой рыночной экономике является регулирование региональных проблем в Казахстане. Разные регионы имеют неодинаковые природные условия, что усложняет выход на рынок хозяйств со сложными природными условиями. Эту задачу государство может решить путем перераспределения ресурсов через бюджетные каналы и финансируя по компенсации особо сложных естественных условий производства.

Аграрный сектор экономики – часть общественного воспроизводства, занимает главное место в национальной экономике. Сельскохозяйственная сфера взаимосвязана со всеми отраслями национального хозяйства, «переплетена» с ними.

Библиографический список

1. Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы «Агробизнес-2020»

2. Мырзалиев Б.С. Основные задачи государственного регулирования агропромышленного комплекса в Казахстане // Вестник Университета имени Яссауи. 2011. №3.

УДК: 332.122(574)

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ (НА МАТЕРИАЛАХ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

А.Ж. Турусбекова, А.С. Турусбекова, З.Ж. Есенбекова

*Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет,
г. Семей*

Государственный университет имени Шакарима города Семей

К числу факторов, влияющих на конкурентоспособность экономики региона, можно отнести:

- географическое положение, климатические условия, наличие природных ресурсов, их качество и стоимость;
- население региона, его квалификационная структура и стоимость рабочей силы в регионе;
- научно-технический потенциал региона;
- инвестиции;

- транспорт, связь, информация, их качество и стоимость;
- государственная политика;
- экономическая структура региона;
- внешнеэкономический потенциал;
- экологические;
- социальные условия проживания.

Критический анализ географических и климатических ресурсов области выявил ряд конкурентных преимуществ.

Соседство Восточно-Казахстанской области с промышленно развитыми Новосибирской и Омской областями России создает более широкий круг для поиска партнеров, делает возможным использование наработанных годами потенциала хозяйственных связей. Значительный товарооборот с приграничными регионами России определяет высокий базовый уровень конкуренции в регионе. Кроме того, транзитное положение области позволяет извлечь дополнительные выгоды. В то же время сильная зависимость экономики региона от политической и экономической ситуации в стране-соседе (России) делает нашу экономику более уязвимой.

Следующим фактором конкурентоспособности, анализируемым в работе, является население, его структура и состав. Наблюдаемое снижение численности населения в регионе за счет снижения естественного прироста и отрицательного сальдо миграции, выступая индикатором негативной общей ситуации в регионе, снижает его привлекательность для инвесторов (см. рисунок 1). Хотя ситуацию несколько смягчает увеличение доли экономически активного населения в общей численности.

Для анализа населения как фактора конкурентоспособности экономики региона интересны такие данные, как уровень образования, квалификации, экономической активности населения, а также уровень заработной платы для разных категорий работников. Однако используемый в регионе статистический инструментарий затрудняет, а отдельных случаях невозможным получение этих данных. Реально мы имеем возможность провести только исследование уровня оплаты труда по видам экономической деятельности.

Так, по видам экономической деятельности отмечается дифференциация в оплате труда. Среднемесячная номинальная заработная плата у работников промышленности выше средней по области на 22,7 %, транспорта и связи – на 38,6 %, финансовая деятельность – на 61,8 %. Оплата труда работников сельского хозяйства, охоты и лесоводства ниже средней по области на 35,9 %, здравоохранения и социальных услуг – на 31,1 %, прочих коммунальных, социальных и персональных услуг – на 30,2 %, образования – на 27,5 %, торговли, ремонта автомобилей, бытовых изделий и предметов личного потребления – на 16,5 %. [1, с. 33].

Научно-технический потенциал Восточно-Казахстанской области традиционно оценивается как достаточно высокий по сравнению с другими областями Республики. Такое мнение имеет свои основания. Во время Советского Союза на территории области сложился промышленный комплекс, в состав которого входили крупные промышленные предприятия, проводившие собственные

научно-исследовательские работы. Анализируя сложившуюся на сегодняшний день ситуацию, необходимо различать научный и научно-технический потенциал.

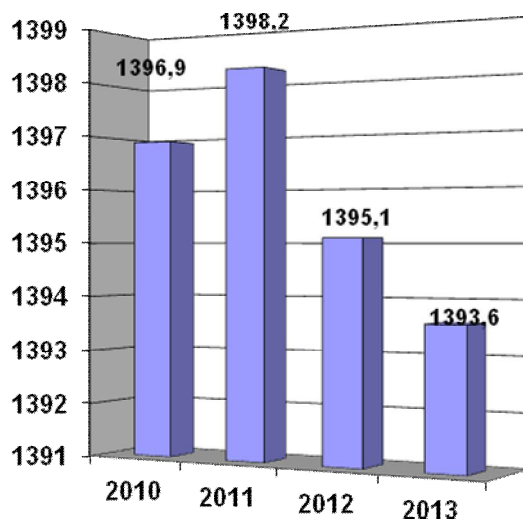


Рис. 1. Динамика численности населения (на начало года), тыс. человек

Научный потенциал области может быть измерен следующими показателями: число вузов; численность студентов, обучающихся в них; численность выпускников; объем финансирования науки. Технологический потенциал – числом патентов; изношенностью оборудования; уровнем готовой продукции; уровнем технологичности выпускаемой продукции. О низком технологическом уровне свидетельствует величина износа оборудования. Так, в 2011г. износ оборудования в промышленности составил 37,2%, в 2010 г. – 38,9%, что несколько не улучшает реальное положение дел [1, с. 129].

Объем инвестиций в основной капитал по области в 2011 году составил 241629,9 млн. тенге, или 136,4 % к уровню 2010 года. Почти в два раза в сравнении с 2010 годом вырос объем строительно-монтажных работ в 2011 году и составил 30613,3 млн. тенге. По удельному весу в республиканском объеме инвестиций (3,3%) в 2011 году область заняла девятое место.

На протяжении 2007-2011гг. финансовой основой инвестиций в капитальное строительство являются собственные и заемные средства предприятий и организаций, доля которых колеблется от 77,2 (в 2007 г.) до 55,2% (2011 г.) в общем объеме капиталовложений. С 2011 по 2010 г. наблюдается уменьшение удельного веса иностранных инвестиций (с 12,1 до 1,7%) в пользу собственных средств предприятий и организаций. В 2011г. же иностранные инвестиции составили 21% в структуре инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (рисунок 2).

Значительно увеличилась доля строительно-монтажных работ в объеме инвестиций в капитальное строительство (с 55,6 в 2007г. до 70,5 % в 2011г.) [1, с. 131].

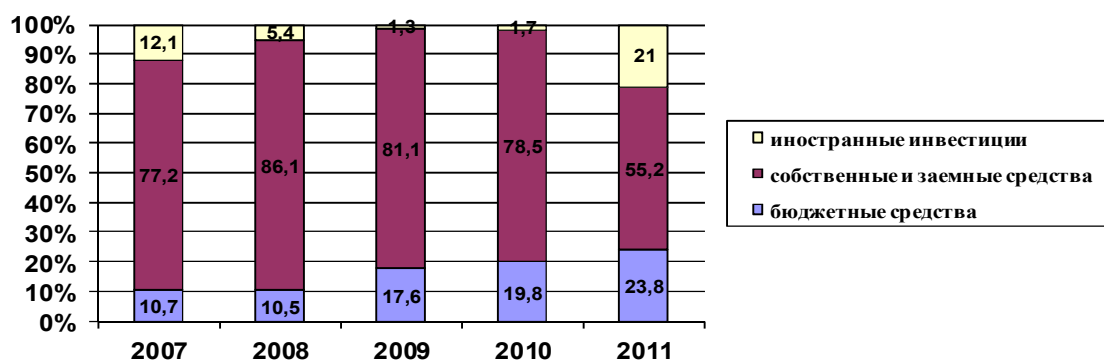


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал
По источникам финансирования

Не последнее значение для успеха фирмы играет наличие, качество объектов инфраструктуры, стоимость соответствующих работ и услуг. Отметим некоторые моменты, выявленные в ходе анализа инфраструктуры области, которые могут влиять на решение инвестора.

Остается сложной ситуация в экономике, в последние годы это отразилось на предприятиях, занимающихся пассажирскими и грузовыми перевозками. За период с 2007 по 2011 годы объем отправки грузов снизился на 96,4 (с 7110,3 млн. тонн до 257,1 млн. тонн) и пассажиров на 64 % (с 1514,0 млн. чел. до 970,4 млн. чел.).

Имея высококвалифицированный персонал, хорошую материально-техническую базу, грузовой автотранспорт области не востребован на сегодняшний день на 70-80 %. В связи с сокращением производства, разрывом межрегиональных связей, потребность в автотранспорте резко сократилась.

В целом за период 2008-2012 гг. увеличились объемы услуг связи, образовался устойчивый рынок телекоммуникационных услуг (сотовая связь, частные телерадиокомпании).

При анализе факторов конкурентоспособности экономики Восточно-Казахстанской области нельзя обойти вниманием существующую экономическую структуру региона. Как уже отмечалось выше, основу экономики области формирует промышленный комплекс. Основными отраслями экономики области являются цветная металлургия, машиностроение и металлообработка, энергетическая, лесная и деревообрабатывающая, легкая, пищевая промышленность, а также сельское хозяйство.

Главное богатство – многокомпонентные полиметаллические руды. Основными металлами являются свинец, цинк и медь, а попутными – золото, серебро, сурьма, ртуть, кадмий, индий, теллур и другие редкие металлы. Кроме полиметаллических руд в недрах имеются месторождения олова, тантала, титана, магния. В области сосредоточены половина республиканских запасов золота, меди, титана; 38,5%, запасов цинка, 77,1% - тантала, 66,3% - олова, 24,1% - свинца, 27,9% - молибдена.

Имеются также запасы сырья для производства цемента, стекольных шлаков, залежи сланцев и неолита.

Определяющее воздействие на экономическую ситуацию в области оказал рост промышленного производства (рисунок 3). За период с 2010 по 2011 годы среднегодовой рост составил 6%. Это объясняется вытеснением импортных продовольственных товаров с внутренних рынков отечественными аналогами. В машиностроении в 2011 г. произведено продукции на 22946,2 млн. тенге, что на 19,8% превысило уровень, достигнутый в 2010 г. На 21,8% возрос выпуск продукции в производстве транспортных средств и оборудования, на 20,1% – в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования, на 19,7% – в производстве машин и оборудования.

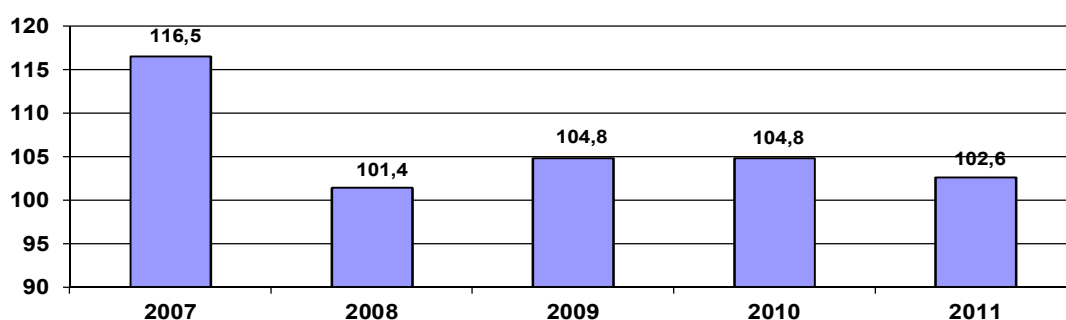


Рис 3. Индекс физического объема производства за 2007-2011 годы, в процентах к предыдущему году

Наблюдается рост объемов производства в отрасли сельскохозяйственных продуктов. Так, в 2011 г. было произведено пищевых продуктов на 27557,5 млн. тенге, что составило 102,2% к уровню 2010 г.

Предпринимаемые государством меры по защите местного товаропроизводителя (повышение импортных пошлин, запрет на ввоз некоторых товаров, обязательное лицензирование и сертификация ввозимых товаров) не дают желаемого результата, и на рынке по-прежнему сохраняется высокий уровень заполненности контрабандными товарами. Протекционистские меры привели в ряде случаев к необоснованному завышению стоимости ряда потребительских товаров.

Следующим фактором, оказывающим влияние на конкурентоспособность региона, является внешнеэкономический потенциал. Товарная структура экспорта свидетельствует о сырьевой его ориентации. Отрицательное наибольшее сальдо внешней торговли (превышение импорта над экспортом) наблюдается по позиции “Машины, оборудование, транспортные средства, приборы и аппараты”).

Одной из серьезных проблем остается загрязнение атмосферного воздуха. Выбросы вредных веществ в атмосферу на одного жителя продолжают составлять более 700 кг, тогда как на жителя Республики 200 кг.

Большую экологическую опасность представляют промышленные отходы. Несмотря на снижение объемов производства, прекращение деятельности ряда предприятий и организаций, уровень образования промышленных отходов значительно высок. Превышение предельно-допустимой концентрации по основным загрязняющим веществам в городах и промышленных центрах, в частности по таким веществам, как СО, NO, составило более 2-3 раза.

Кроме вышеперечисленных существуют проблемы охраны и регенерации лесных, водных и земельных ресурсов региона. Многие из них носят общегосударственный и межстрановой характер.

Сдерживающим фактором улучшения экологической обстановки является недостаточное финансирование природоохранных мероприятий, которое осуществляется по остаточному принципу и несовершенное природоохранное законодательство.

На основе выявленных выше тенденций выделим ряд важнейших проблем, препятствующих формированию конкурентных преимуществ на территории Восточно-Казахстанской области:

- низкий платежеспособный спрос на конечную и промежуточную продукцию, недостаточный объем совокупного спроса;
- отток квалифицированных кадров и капитала за пределы области;
- высокая степень риска для прямого инвестирования производственного сектора;
- несбалансированность структуры промышленного производства;
- территориальные диспропорции в размещении производительных сил, обусловившие дифференциацию в размещении уровней социально-экономического развития.

Проведенный анализ позволяет нам сделать некоторые выводы. В ходе анализа не было выявлено явного конкурентного преимущества, основанного на развитых и специализированных факторах, что отрицательно сказывается на эффективности и конкурентоспособности региональных производителей. Развитие данных факторов требует значительных усилий, существенных капитальных вложений.

Перспективы развития всех вышеперечисленных направлений огромны. Так как они порождают мультипликативный эффект. Совершенствование данных сфер экономики является не просто желательным, а необходимым условием экономического роста в современном мире.

Библиографический список

1. Статистический сборник «Регионы Восточного Казахстана» / Усть-Каменогорск, 2012.
2. Портер М. Конкуренция. СПб., 2000. – 168 с.
3. Алдияров С., Байзаков А. О применении экономического метода кластерного анализа в горно-металлургическом комплексе Казахстана // Транзитная экономика. 2004. №4. С. 5-17.
4. Тулегенова М.С. Кластерный подход в создании интегрированных структур // Вестник КазНУ, серия экономическая. 2004. №2 (42).

ВОДОСНАБЖЕНИЕ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ И СОЦИАЛЬНАЯ НОРМА

В.В. Углинская, Е.А. Маслихова

*Рубцовский индустриальный институт,
Филиал ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый
университет» в г. Нижневартовске*

Значение коммунального хозяйства трудно переоценить. Деятельность его отраслей направлена на благоустройство городов, развитие промышленности и, в конечном счете, на повышение уровня жизни населения. Важное место среди этих отраслей занимает огромный комплекс, обеспечивающий услуги водоснабжения и водоотведения, или, другими словами, водопроводно-канализационное хозяйство.

По определению, которое дается в Федеральном законе РФ «О водоснабжении и водоотведении» от 07.12.2011г. № 416-ФЗ, водоснабжение – это «водоподготовка, транспортировка и подача питьевой или технической воды абонентам с использованием централизованных или нецентрализованных систем холодного водоснабжения» [1]. То же самое относится и к горячему водоснабжению.

Предоставление услуг холодного и горячего водоснабжения регулируется Постановлением правительства РФ «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» от 06.05.2011 г. № 354, а также Федеральным законом РФ «О водоснабжении и водоотведении» от 07.12.2011г. № 416-ФЗ. Необходимо заметить, что горячее водоснабжение, осуществляемое с использованием открытых систем теплоснабжения, регулируется федеральным законом от 27 июля 2010 года N 190-ФЗ «О теплоснабжении» (за исключением отношений, связанных с обеспечением качества и безопасности горячей воды).

Водоотведение осуществляется с помощью комплекса инженерных коммуникаций каждого населенного пункта или промышленного предприятия. С помощью канализационных сетей и сооружений «отводятся» отработанные воды, использовать которые в дальнейшем не представляется возможным либо по техническим условиям, либо нецелесообразно по технико-экономическим показателям. Также в комплекс включаются сооружения, функцией которых является предварительная обработка сточных вод, извлечение из них ценных веществ и примесей.

Этот комплекс выполняет ряд жизненно важных функций в городах (инженерные, экологические, стратегические и др.), играет градообразующую роль, создает необходимые условия для развития городов. Более того, деятельность, связанная с водоснабжением и водоотведением, обеспечивает безопасность города и, в конечном счете, государства. Нарушение, а тем более прекращение этой деятельности может привести к тяжелейшим последствиям (эпидемии, социальные волнения и др.).

Кроме того, практически всем, а не только исследователям и интерпретаторам известно, что в настоящее время планы, касающиеся водопроводно-канализационного хозяйства, изменились. Планируемое введение социальной нормы на потребление воды отменено. Все эти факторы определяют необходимость глубокого изучения и осмысления тех преобразований, которые принимаются правительством, и, в частности, планируемых мер. Необходимо разобраться в тех причинах, которые сопутствовали принятию как первого, так и второго решения.

Как указывают многие исследователи, не всегда при преобразованиях в коммунальном хозяйстве, вызваны ли они инициативой местных властей либо предпринимаемые федеральными властями, учитываются все аспекты, влияющие на эффективность коммунальных предприятий. Особенно часто «упускаются» социальные факторы. Например, как известно, изменение формы собственности с муниципальной на частную не привело к снижению коррупции в этой области и стабилизации отношений с администрациями городов. Деятельность водоканала так и не стала прозрачной. Также внедрение 100% оплаты населением затрат на жилищно-коммунальные услуги не изменило тенденцию на ухудшение финансового и технического состояния водопроводно-канализационного хозяйства городов. Очередным преобразованием должен был стать переход к установлению социальной нормы потребления коммунальных услуг, зафиксированный в распоряжении Правительства Российской Федерации от 10 сентября 2012 года № 1650 р.

Социальная норма, – как определяет ее в своей работе А.В. Моглячев, – «это минимальный объем потребления коммунальной услуги, достаточный для удовлетворения физиологических, санитарно-гигиенических и хозяйственных потребностей человека» [2].

Вслед за социальными нормами на электроэнергию предполагалось предпринять похожий эксперимент с водой. Согласно упомянутому распоряжению в 2014 году планировалось ввести нормы потребления воды сначала в пилотных регионах, а в 2015 году по всей территории страны.

Смысл нововведения в том, что плата за электроэнергию и воду для бережливых потребителей, объем потребления которых не превысил величину установленной социальной нормы потребления, будет оплачиваться по существующему (низкому) тарифу. А все остальные, превысившие величину социальной нормы, будут вынуждены оплачивать коммунальную услугу в части превышения по более высокому тарифу.

Главным аргументом в пользу перехода на социальные нормы в сфере электроснабжения является большой объем перекрестного субсидирования, когда тарифная плата населения гораздо меньше, чем у других потребителей, прежде всего промышленных предприятий. Но в сфере водопроводно-канализационного хозяйства совсем иная ситуация: главной проблемой является высокий уровень износа основных фондов и несоответствие воды стандартам качества.

Установление нормы потребления воды не является чем-то новым, неизвестным. Они установлены и довольно давно во многих странах. В большин-

стве европейских стран приборы учета установлены во всех домах, а нормы потребления воды колеблются от 105 до 175 литров на одного человека в сутки (3-5 кубометров в месяц).

В нашей стране, после тщательного изучения ситуации, взвесив все «за» и «против», эксперты вынесли вердикт о том, что введение социальных норм потребления воды будет приостановлено. Об этом заявил руководитель проекта «Управдом» партии «Единая Россия», депутат Госдумы Павел Качкаев. Отказ от нововведения поддержал премьер-министр РФ и председатель партии «Единая Россия» Дмитрий Медведев [3].

Правомерно ли было такое решение?

Для того, чтобы приблизиться к ответу на этот вопрос, необходимо обратиться к тем особенностям водопроводно-канализационного хозяйства, которые характеризуют роль и значение отрасли, и к тем проблемам, которые накопились в ней.

Прежде всего необходимо заметить, что данная отрасль выполняет две основные функции, являясь, с одной стороны, частью инфраструктуры населенного пункта, а с другой – частью системы использования водных ресурсов, что предопределяет огромную роль водопроводно-канализационного хозяйства в экономической, социальной сфере и сфере экологии.

Возможность отрасли решать вопросы обеспечения объектов нового строительства услугами систем водоснабжения и водоотведения определяют инвестиционную привлекательность города и его экономическую значимость.

Отрасль имеет большое стратегическое значение для обеспечения жизнедеятельности и развития региона и государства в целом, так как системы водоснабжения и водоотведения являются неотъемлемым элементом национальной и экономической безопасности страны.

Социальная значимость отрасли выражается в непрерывном обеспечении потребностей населения и предприятий в питьевой воде и отведении сточных вод.

Для водопроводно-канализационного хозяйства характерна и высокая экологическая значимость, так как применяемые системы очистки являются санитарно-эпидемиологическим барьером на пути распространения различных заболеваний через добываемую воду и обеспечивают экологическую сохранность и безопасность региона водопользования.

Данная отрасль обладает теми специфическими чертами, которые свойственны и другим отраслям жилищно-коммунального хозяйства, а также и своими собственными:

- 1) однородность продукции, трудность образования запасов, отсутствие незавершенной продукции, высокая доля вспомогательных материалов и энергии в составе издержек производства;
- 2) тесная взаимосвязь и взаимозависимость с другими отраслями городского хозяйства и сферами деятельности на территории обслуживания, в том числе при производстве и потреблении услуг;
- 3) государственная собственность на основные фонды отрасли;
- 4) высокая капиталоемкость создания основных фондов [4].

Общий экономический кризис неблагоприятно отразился на состоянии водопроводно-канализационного хозяйства всей страны. В жизнедеятельности города приоритетной задачей является надежное функционирование водопроводно-канализационного хозяйства, но решение ее затрудняется наличием ряда проблем:

1. Технические – это изношенная инфраструктура, для модернизации которой у муниципальных образований нет резервов (статистика по авариям оставляет желать лучшего – на 10 км сетей приходится 7 аварий), низкий уровень автоматизации водопроводно-канализационного производства, недостаток современных и доступных по стоимости технологий и нововведений.

2. Экологических, в части распределения ответственности за сброс стоков. Согласно закону, за загрязнение водных объектов платит не загрязнитель, а тот, кто очищает воду. То есть если водоканал слил загрязненные стоки, в реку, то он и виноват, несмотря на то, что стоки пришли от промышленных предприятий и могут быть загрязнены специфическими веществами, очистить которые водоканал не в состоянии. Для этого нужны специальные сооружения на самих предприятиях, а очистные установки водоканалов изначально были рассчитаны на обезвреживание именно бытовых стоков [5]. В результате мы получаем некачественную питьевую воду. До 60% воды в городах не удовлетворяет санитарным нормам. А 30% населения страны пьет воду с повышенным содержанием железа.

3. Социальных – отсутствие механизмов, позволяющих снижать тарифную нагрузку на потребителей, функционирование системы льгот и компенсаций за пользование услугами объектов ВКК.

Как мы видим, водопроводно-канализационное хозяйство, обладая высочайшей значимостью, играя важнейшую роль во многих областях жизни людей, является отраслью со своими специфическими чертами, обусловившими ее сложность и неоднозначность. Поэтому принятие решений с помощью простых аналогий (например, опыт других стран, который глубоко не проанализирован) и руководствуясь лишь возникшими потребностями – рискованно. Кроме этого, отрасль обременена проблемами, которые порождены как ее спецификой и нежеланием это учитывать, безответственностью и низким профессионализмом, с одной стороны, и теми трудностями, которые связаны с экономической ситуацией страны в целом, с другой. Непродуманные решения могут привести к усугублению этих проблем.

Проблема введения социальной нормы в области водоснабжения и водоотведения широко обсуждалась. Специалисты разных областей приводили свои аргументы «за» и «против». В целом их можно свести к следующим доводам:

1. Введение социальной нормы приведет к снижению нагрузки на сети, так как потребители будут более экономно относиться к расходованию воды.

2. Различие в оплате, связанное с двойным способом выплат – в пределах социальной нормы и за ее пределами, позволит компенсировать выпадающие доходы предприятий. Выпадающие доходы – это доходы, полученные в виде льгот по оплате услуг ЖКХ. Такие льготы предоставляются бюджетами разных уровней и являются компенсационными [6].

3. Отсутствие приборов учета у более 50% населения. Подразумевается, что у потребителя появится стимул для установления прибора учета, так как, при его отсутствии, плата за воду будет выше. К установленному нормативу в этом случае предполагается применять повышающий коэффициент при расчетах за коммунальные услуги.

4. Предполагается, что у каждого отдельного потребителя появится желание стимулировать проведение ремонтных работ в собственной квартире и в многоквартирном доме с целью устранения протечек.

5. За счет того, что небольшая часть населения будет тратить больше воды, чем предусмотрено нормой, и больше платить, появятся дополнительные средства, которые можно будет направить на решение проблемы износа инфраструктуры. Это доводы, направленные на поддержку введения нормы.

Далее – аргументы против:

1. В связи со снижением полезного отпуска воды произойдет уменьшение выручки ресурсоснабжающих организаций, а это снизит их возможности по модернизации сетей водоснабжения и водоотведения.

2. Усложнятся расчеты по платежам, так как необходимо будет ежемесячно из показаний израсходованной воды вычленять сверхнормативное расходование. Также усложнится контроль и возникнет необходимость внедрять системы дистанционного сбора показаний. Все это связано с дополнительными затратами, которые не смогут перекрыть эффекта от перехода на социальную норму.

3. Планируемая реформа, усугубит и без того нестабильное финансовое положение водоканалов. Так, если потребление воды в пределах социальной нормы будет тарифицироваться по реально экономически обоснованному тарифу, увеличение которого возможно будет лишь в пределах инфляции (или более низкому по сравнению с экономически обоснованным), то, по замыслу инициаторов реформы, извлекать дополнительный доход, в том числе для проведения модернизации, водоканалы будут за счет потребления населением воды свыше установленной социальной нормы. Так как такой объем будет тарифицироваться по более высокой ставке, возможно превышающей установленные предельные индексы.

4. Для реализации планируемой реформы необходимо будет внести изменения во все нормативные акты в жилищной и отраслевой сфере, которые направлены на регулирование потребления ресурсов и оказание услуг по водоснабжению и электроснабжению. Также встанет вопрос об изменении нормативных правовых актов, связанных с предоставлением льгот отдельным категориям граждан. По предварительным подсчетам РАВВ, изменению подвергнутся 90 Федеральных законов и Постановлений Правительства РФ, а с учетом изменений приказов министерств общее число составит более 600.

5. Спрогнозировать величину объема потребляемой воды сверх социальной нормы является практически неразрешимой задачей для водоканалов и для потенциальных инвесторов. Это может привести как к стагнации развития в области модернизации и реконструкции предприятий водопроводно-канализационного хозяйства и без того медленно осуществляемой в рамках

действующих тарифов, т.к. источником финансирования будет только потребление сверх социальной нормы, так и к стимулированию повышенного водопотребления.

6. Введение может ударить по самой малообеспеченной части населения – многодетным семьям. «Вписаться» в норму им будет весьма трудно, а платить за превышение потребления воды – еще труднее. Следствием может быть социальная напряженность.

7. Попытки во что бы то ни стало уложиться в социальную норму могут сказаться на санитарно-эпидемиологической ситуации.

Рассмотрение всех обстоятельств приводит к выводу о том, что тот экономический эффект, который предполагается получить в результате преобразований, может быть не достигнут из-за негативных последствий социального и экологического характера. Поэтому для введения социальной нормы время еще не пришло. Введение социальной нормы на потребление воды требует в нашей стране решения многих проблем, прежде всего в социальной сфере.

Библиографический список

1. Федеральный закон РФ «О водоснабжении и водоотведении» от 07.12.2011 г. № 416-ФЗ.

2. Моглячев А.В. Об эффективности введения социальных норм потребления холодной воды // Журнал руководителя и главного бухгалтера ЖКХ. – 2013. – №4. – С. 19-22.

3. Вода в кране останется безлимитной [Электронный ресурс]. <http://www.utro.ru/articles/2014/01/30/1172119.shtml> (дата обращения 28.03.2014).

4. Чекалин В. С. Стратегическое управление в городском хозяйстве: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГИЭА, 2001.

5. Проблемы в сфере водоснабжения в России [Электронный ресурс]. <http://zmdosie.ru/ekologiya-i-pravo/dokumenty/199-problemy-v-sfere-vodosnabzheniya> (дата обращения 29.03.2014).

6. Еременко Е.А. Правовое регулирование выпадающих доходов: вопросы налогообложения // Журнал руководителя и главного бухгалтера ЖКХ. – 2013. – №7. – С. 43-46.

УДК 332 (574)

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА

К.Е. Хасенова

Государственный университет имени Шакарима города Семей

В статье рассмотрены законодательные аспекты развития регионов в Республике Казахстан

Казахстан обладает огромным природно-географическим потенциалом. По занимаемой площади республика занимает девятое место в мире – 2 717 300

квадратных километров. На его территории свободно могли бы уместиться все страны Европейского союза. Наличие обширных пустынных и полупустынных территорий обусловило низкую плотность населения – 6,2 человека на 1 квадратный километр, что значительно ниже показателей ряда стран мира.

Из 105 элементов таблицы Менделеева в недрах Казахстана выявлено 99, разведаны запасы по 70, вовлечено в производство 60 химических элементов. По природно-климатическим и экономическим условиям Казахстан делится на пять зон. В южном и северном регионах, составляющих около половины территории Казахстана, проживает две трети населения. В западном же регионе, занимающем свыше четверти территории, проживает лишь восьмая часть населения.

В настоящее время в Казахстане 14 областей: Акмолинская, Алматинская, Актюбинская, Восточно-Казахстанская, Атырауская, Жамбылская, Западно-Казахстанская, Карагандинская, Костанайская, Кызылординская, Мангистауская, Павлодарская, Северо-Казахстанская, Южно-Казахстанская и два города республиканского значения – Астана и Алматы [1].

Развитие любого региона – многоцелевой и многокритериальный процесс. Содержание развития регионов может сильно различаться. Действительно, развитие различных городов и сельских территорий Казахстана по своему содержанию сильно различаются, и это различие обусловлено не только исходным уровнем развития, но и особенностями каждого региона, его производственной структурой, географическим положением, производственной специализацией.

Различия между регионами в Казахстане достаточно яркие. Особенно эти диспропорции видны между столичным регионом, западными регионами страны и сельскохозяйственными на юге и севером, между городом и селом [2].

Эффективная региональная политика имеет принципиально важное значение для комплексного развития государства. Уровень развития регионов определяет уровень развития страны в целом. В связи с этим особенно важным

представляется выявление основных тенденций регионального развития страны.

Динамичное и устойчивое развитие Республики Казахстан, реализация Стратегии «Казахстан-2030» и «Казахстан-2050» невозможны без совершенствования территориальной организации страны, создания пространственной основы формирования новой конкурентоспособной экономики, отвечающей требованиям вхождения в число развитых стран мира с высоким уровнем жизни населения.

В связи с этим региональная политика в Казахстане, осуществляемая Президентом РК Н.А. Назарбаевым и Правительством Казахстана, основана на следующих законодательных и программных документах.

1. Об утверждении Программы развития моногородов на 2012-2020 годы.
2. Прогнозная схемы территориально - пространственного развития страны до 2020 года.
3. Постановление Правительства РК от 26.07.2011 г. № 862 "Об утверждении Программы "Развитие регионов".

4. Стратегия территориального развития Республики Казахстан до 2015 года (подготовительный этап)

Рассмотрим основные положения реализации Прогнозной схемы территориально - пространственного развития страны до 2020 года [3].

К числу особо актуальных проблем организации территории Республики Казахстан следует отнести проблему совершенствования сложившейся системы расселения в соответствии с новыми условиями и требованиями развития общества.

Результатом процесса расселения являются формирование и развитие системы населенных пунктов.

К числу набирающих остроту проблем следует отнести миграцию сельского населения в города и пригородные территории без учета возможностей существующего рынка труда, социальной и инженерной инфраструктуры последних. Этот неуправляемый процесс сопровождается стихийным, бессистемным разрастанием городов и их пригородов, обострением экологических, транспортных, жилищных и социальных проблем. К числу таких особо быстро разрастающихся городов следует отнести Алматы, Астану, Актобе, Жанаозен, Шымкент, Атырау, Актау, Тараз, Кызылорду, Каскелен и Туркестан.

С другой стороны, сельская местность приходит в запустение, подрывается база трудовых ресурсов сельского хозяйства. Наиболее сложная ситуация складывается в северных и восточных регионах страны с благоприятными аграрно-экономическими и природно-климатическими условиями. К примеру, в Восточно-Казахстанской области за последние 15 лет произошло сокращение 298 малонаселенных сел (в связи с оттоком населения или их объединением с близлежащими селами), в Северо-Казахстанской – 168 сел.

Так, в прогнозной схеме предусмотрены основные направления улучшения демографической ситуации и регулирования миграционных процессов.

Проектный вариант прогнозных показателей численности населения, согласованный местными исполнительными органами, рассчитан на основании прогнозной численности Агентства Республики Казахстан по статистике (АС), утвержденных генеральных планов городов Астаны и Алматы, с учетом показателей Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы (ГПФИ-ИР) и программ территориального развития регионов Казахстана (таблица 2).

В целом по республике ожидается увеличение численности населения по сравнению с 2011 годом на 12,2 % к 2020 году и на 23,5 % к 2030 году.

Высокопроизводительные сельскохозяйственные объединения, взяв на свой баланс развитие социальной, культурно-бытовой инфраструктуры и благоустройство сел, смогут превратить сельские населенные пункты в современные комфортные поселения.

Все это будет способствовать сокращению миграции сельского населения, подъему сельскохозяйственного производства, расцвету сел.

Таблица 1

Проекция прогнозной численности населения на расчетный срок проектирования (данные Агентства Республики Казахстан по статистике)

Регион	2012 (чел.)	2020 (чел.)	2030 (чел.)	Темпы роста/убыли к 2012 году, %	
				к 2020	к 2030
Город Астана	742918	1090121	1491009	146,7	200,7
Город Алматы	1450327	1683665	1941600	116,1	133,9
Всего	16 675 392	18 596 406	20 330 057	111,5	121,9

Наиболее ощутимый вклад в демографическое развитие Казахстана может внести сельское население, где средний коэффициент рождаемости практически в два раза выше городского. Именно данной группе населения и молодым семьям следует оказать государственную поддержку (примеры такой поддержки предусмотрены в Российской Федерации). Целесообразна частичная или полная компенсация родительской платы за содержание детей в учреждениях дошкольного образования.

Таблица 2

Прогноз численности населения в разрезе регионов Казахстана

Регион Республики Казахстан	2012 (чел.)	2020 (чел.)	2030 (чел.)	Рост к 2012 году, %	
				2020	2030
Город Астана	742 884	991000	1220000	133,4	164,2
Город Алматы	1 449 801	1882500	2347500	129,8	161,9
Всего	16 673 077	18704428	20585791	112,2	123,5

В Восточно-Казахстанской, Северо-Казахстанской, Акмолинской, Костанайской и Павлодарской областях наблюдается убыль населения. При сохранении данной тенденции в ближайшем будущем возможна депопуляция населения этих регионов. Для недопущения такой ситуации необходимо, кроме вышеприведенных мероприятий, создание условий для роста материального благосостояния и повышения уровня доходов населения путем содействия устойчивой и продуктивной занятости.

Создание условий для развития малого и среднего бизнеса, особенно в сфере сельского хозяйства, в том числе заготовки и переработки сельскохозяйственной продукции и развития бытовых услуг, существенно сократит отток населения.

Одной из мер сокращения миграции сельского населения является создание системы профессионально-технического образования в опорных сельских населенных пунктах и городах, имеющих потенциал развития. Повышение трудовой мобильности обеспечит переток населения из неперспективных, неблагоприятных по природно-климатическим и иным условиям регионов в перспективные населенные пункты, где необходимо создать новые рабочие места и облегчить приобретение жилья.

К числу предлагаемых мер относятся также:

1) квотирование иностранной рабочей силы с внедрением жестких критериев отбора по качественным параметрам (возраст, состояние здоровья, уровень грамотности, наличие востребованной или уникальной специальности, опыт работы, квалификация и др.) въезжающих лиц как на постоянное местожительство, так и для осуществления трудовой деятельности;

2) проведение работ по актуализации перечня перспективных сельских населенных пунктов (с учетом будущей емкости рынка труда), где необходимо сосредоточить строительство социальной и инженерной инфраструктуры;

3) перенаправление значительной части миграционных потоков в северные и восточные регионы страны путем повышения мобильности населения в трудоизбыточных районах республики, строительство новых и модернизация существующих транспортных магистралей, напрямую связывающих южные регионы с Центральным, Северным и Восточным Казахстаном;

4) обеспечение экологической безопасности сельских территорий;

5) создание комфортных условий для граждан путем переселения населения из неперспективных, неблагоприятных по природно-климатическим и экологическим условиям регионов в перспективные населенные пункты с созданием экономических и социальных условий на новом местожительстве.

6) стимулирование внутренней миграции трудоспособного населения в регионы, испытывающие недостаток рабочей силы, с увязкой с ГПФИ-ИР, Программой «Дорожная карта бизнеса 2020», утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 13 апреля 2010 года № 301, Программой развития моногородов на 2012-2020 годы, утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 25 мая 2012 года № 683, Программой «Дорожная карта занятости 2020», утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 19 июня 2013 года № 636, и другими программами.

В рамках Программы «Дорожная карта занятости 2020» строительство жилья и переселение населения будут осуществляться только в те регионы, где есть потребность в трудовых ресурсах с учетом обязательства работодателей по их трудоустройству. Повышение мобильности трудовых ресурсов, исходя из потребности работодателя, реализуется за счет содействия добровольному переселению граждан Республики Казахстан и обеспечения условий для адаптации молодежи.

В рамках Генеральной схемы разработаны предложения по улучшению демографической ситуации в крупных городах и агломерациях, так как стихийно разрастающиеся крупные города становятся потенциальными очагами концентрации людей, не обеспеченных жильем, местами трудовой занятости и объектами социального и культурно-бытового обслуживания. Предлагается комплекс градостроительных мер по сокращению миграционного наплыва в крупные города и их пригородные зоны.

В каждой агломерации в радиусе 100-200 км от крупных городов, в зоне, превышающей целесообразность маятниковых трудовых перемещений, выявлены города или крупные поселения, которые предлагается развивать как контрмагниты, оттягивающие на себя миграционные потоки. Последние пред-

лагается развивать как центры обслуживания сельских населенных пунктов, находящихся в зоне их влияния.

Вокруг крупных городов в радиусе маятниковой трудовой миграции необходимо установить зону особого градостроительного регулирования, в которой отвод земельных участков под строительство необходимо производить только на основе обоснованных расчетов утвержденных генеральных планов и на территориях, обеспеченных инженерными сетями, дорогами и социальной инфраструктурой.

Для предотвращения процесса бессистемной застройки территорий особого градостроительного регулирования пригородных зон крупнейших, крупных и больших городов предлагается внести нормы в земельное законодательство Республики Казахстан о предоставлении земельных участков под индивидуальное жилищное строительство в соответствии с утвержденными генеральными планами городов и пригородных зон.

Далее представлены основные направления развития системы городского расселения.

Городское население проживает в 87 городах и 34 поселках, подчиненных городским администрациям. Наиболее урбанизированными регионами в составе республики являются Карагандинская, Павлодарская и Актюбинская области, в которых доля городского населения составляет соответственно 78,1; 68,6 и 61,5 %. Самый низкий уровень урбанизации зафиксирован в Алматинской (23,3 %), Южно-Казахстанской, Жамбылской и Северо-Казахстанской областях (около 40 %). Города республики подразделяются на крупнейшие – 1, крупные – 8, большие – 12, средние – 7 и малые – 59 городов. По численности 16,0 % городского населения проживает в крупнейшем городе (Алматы), 39,3 % – в 8 крупных, 22,9 % в 12 больших, 5,5 % в 7 средних и 16 % в 59 малых городах.

Города в плане пространственной организации располагались ранее в наиболее благоприятных природно-климатических условиях, но со времени активного освоения природных ресурсов города возникают в том числе и на территориях с неблагоприятными природными условиями.

Особенностью формирования городского расселения населения в начале XXI века является его меняющаяся структура. За последние 10 лет численность населения городов увеличилась на 18,3 %, из них пятая часть прибыла в город Алматы, остальная – в крупные и большие города. При этом наблюдается снижение численности средних и малых городов, происходят формирование все более крупных городов и увеличение доли населения, проживающей в больших городах. Тенденция роста процесса урбанизации будет сохраняться и в будущем. В соответствии с Прогнозной схемой территориально-пространственного развития страны к 2020 году, урбанизация достигнет 60 %, к 2030 году – 65 %.

В результате анализа расселения на территории республики выделяются центр единой республиканской системы расселения, столица страны – город Астана и крупнейший город республиканского значения Алматы. Роль центров областных систем расселения выполняют города Актау, Актобе, Атырау, Караганда, Кокшетау, Костанай, Кызылорда, Павлодар, Петропавловск, Талдыкорган, Тараз, Уральск, Усть-Каменогорск и Шымкент. Указанные города, являясь

центрами и узлами международного, общенационального, межрегионального и регионального значения, с объединяющими их транспортными системами формируют опорный пространственный каркас единой системы расселения населения страны.

Основными экономическими и социальными признаками отнесения городов к числу «моногородов» является их монопрофильность, когда основная часть трудоспособного населения занята на одном или нескольких градообразующих предприятиях одного профиля, которые в настоящее время не работают или работают частично.

Основная проблема развития моногородов заключается в высоком уровне безработицы, связанном с закрытием градообразующих предприятий или существенным сокращением количества рабочих мест на этих предприятиях, что вызвано, главным образом, распадом единого экономического пространства, сформированного в советский период.

Безработица влечет за собой ряд тяжелых социальных явлений, таких как бедность, высокий уровень преступности и заболеваемости населения, усиление социальной напряженности в обществе.

Основными мерами по решению проблем моногородов являются:

1) придание моногородам статуса свободных экономических зон для развития малого и среднего бизнеса, привлечения инвестиций, предоставление приоритета для размещения производств по переработке сельскохозяйственной продукции;

2) принятие комплексных инвестиционных планов для каждого города, включающих создание с помощью дотаций (трансфертов) и кредитов новых конкурентоспособных предприятий по перспективным направлениям развития;

3) полное или частичное восстановление деятельности градообразующих предприятий в случаях, когда имеются к этому объективные экономические предпосылки. Например, города Жанатас и Каратау Жамбылской области, перспективы развития которых связаны с планами развития Каратауского фосфоритного кластера.

Другим направлением для реабилитации моногородов (малых городов) является создание предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции, сырье для которых будет поставляться из прилегающих сельскохозяйственных формирований. Перспективным является и развитие моногородов, как транспортных и транспортно-логистических узлов, а также центров развития туризма.

В настоящее время разработана программа развития моногородов, в которой намечены основные параметры развития 27 городов и конкретные меры по решению их проблем.

Размещение в ряде малых и средних городов социально значимых учреждений сферы обслуживания межселенного значения (колледжи, специализированные медицинские центры) позволит повысить уровень обслуживания населения в этих городах и сельских населенных пунктах, находящихся в зоне их влияния, и, с другой стороны, создать новые рабочие места, что позволит снизить уровень безработицы местного населения.

Таким образом, при определении основных направлений экономического развития регионов до 2030 года были учтены тенденции объемов промышленности и мощностей производства, предусмотренных программой ГПФИИР.

1. Акмолинская область. Усилится текущая специализация области в отраслях агропромышленного комплекса. В расчетные 2011-2030 годы предусматривается строительство новых производств по переработке сельскохозяйственной продукции (приложение 12 к настоящим Основным положениям). Особое внимание будет уделено глубокой переработке зерна, развитию мясомолочного животноводства и туристской деятельности.

2. Актюбинская область. Структура промышленности области за 2011-2030 годы претерпит серьезные изменения, снизится темп роста горнодобывающей промышленности по отношению к темпу роста обрабатывающей промышленности. С введением в эксплуатацию транспортного транзитного коридора «Западная Европа – Западный Китай» возрастет роль области как торгово-логистического центра. На развитие экономики области до 2030 года будет оказывать влияние развитие сельскохозяйственного производства. В перспективе будут развиваться производство зерна, животноводство мясомолочного направления.

3. Алматинская область. Структура промышленности Алматинской области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, снизится темп роста горнодобывающей промышленности по отношению к темпу роста обрабатывающей промышленности. В дальнейшем область будет позиционироваться как один из крупнейших производителей продуктов питания, для чего необходимо сохранение земель сельскохозяйственного назначения с восстановлением ирригационных систем. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство зерна, животноводство мясомолочного направления, а также отрасли интенсивного развития производства. С введением в эксплуатацию транспортного транзитного коридора «Западная Европа – Западный Китай» усилится роль области как торгово-логистического центра.

4. Атырауская область. Приоритетным направлением развития промышленности будет развитие нефтедобывающей отрасли. Интенсивное развитие получат производство высококачественных нефтепродуктов, нефтехимическое производство с широким спектром выпускаемой продукции. Намечаемые высокие темпы роста добычи нефти, в т.ч. на Каспийском шельфе, сохранят специализацию области на нефтегазодобывающей отрасли.

5. Восточно-Казахстанская область. Структура промышленности Восточно-Казахстанской области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, снизится темп роста горнодобывающей промышленности по отношению к темпу роста обрабатывающей промышленности. Область будет позиционироваться как крупный машиностроительный центр, центр цветной металлургии. Одной из важнейших отраслей специализации останутся производство компонентов для атомной энергетики и научно-практические исследования в атомной сфере. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство зерна, растительного масла, животноводство мясомолочного направления.

6. Жамбылская область. Структура промышленности Жамбылской области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, незначительно снизится темп роста горнодобывающей промышленности, чем темп роста обрабатывающей промышленности за прогнозируемый период, доля производства и распределения электроэнергии, газа и воды увеличится. В перспективе область, используя потенциал месторождений фосфоритов, станет крупным центром химической промышленности. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство плодоовощной продукции, зерна, сахарной свеклы, животноводство мясомолочного направления.

7. Западно-Казахстанская область. Структура промышленности области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, увеличится доля горнодобывающей и обрабатывающей промышленности. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство зерна, животноводство мясомолочного направления.

8. Карагандинская область. В перспективе область останется крупнейшим индустриальным регионом Казахстана. Основными приоритетами развития будут расширение сырьевой базы металлургии, повышение глубины и комплексности переработки природного сырья, производство углехимической продукции, машиностроение.

В перспективе до 2030 года экономика Карагандинской области будет развиваться ускоренными темпами. Усилится текущая специализация области в металлургии, машиностроении, угольной, химической промышленности, электроэнергетике.

9. Костанайская область. В перспективе до 2030 года приоритетными направлениями в развитии экономики области будут добыча металлических руд и асбеста, сельскохозяйственного машиностроения, промышленная переработка сельскохозяйственной продукции и сельское хозяйство. Область останется крупным производителем зерна и животноводческой продукции. Развитие отраслей экономики будет базироваться на расширении мощностей существующих производств и создании новых предприятий.

10. Кызылординская область. Структура промышленности Кызылординской области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, сохранятся темпы роста горнодобывающей и обрабатывающей промышленности. В перспективе область будет позиционироваться как производитель продуктов питания, риса. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство бахчевых культур, животноводство мясомолочного направления.

11. Мангистауская область. Основными направлениями развития экономики Мангистауской области в перспективе будут развитие промышленности, транспортно-логистической инфраструктуры и предоставление туристских услуг. Нефтегазодобывающая отрасль сохранит свое значение, продолжатся работы по освоению шельфа Каспийского моря. С расширением морского порта Актау область станет одним из крупнейших торгово-логистических центров Казахстана.

12. Павлодарская область. Структура промышленности области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, увеличатся темпы роста горно-

добывающей и обрабатывающей промышленностей. Область в перспективе останется крупнейшим производителем электроэнергии, поставщиком угля. Получит дальнейшее развитие металлургический комплекс области, в частности производство алюминия. Продолжится развитие химической и нефтехимической промышленности. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство зерна, животноводство мясомолочного направления.

13. Северо-Казахстанская область. Основными приоритетными направлениями развития Северо-Казахстанской области в перспективе до 2030 года по-прежнему будет сельское хозяйство – производство пшеницы и других зерновых культур и мясомолочной продукции. В промышленности дальнейшее развитие получит отрасль машиностроения, будут введены новые производственные мощности по переработке сельскохозяйственной продукции, добыче кварцитового песка и титано-циркониевых руд. Ведущее место в промышленности области занимают переработка сельскохозяйственных продуктов и машиностроение, на долю которых приходится половина всей промышленной продукции. В перспективе эти отрасли сохранят свое значение.

14. Южно-Казахстанская область. Структура промышленности Южно-Казахстанской области за 2011-2030 годы не претерпит серьезных изменений, увеличатся темпы роста горнодобывающей и обрабатывающей отраслей. В сельском хозяйстве в перспективе будут развиваться производство зерна, животноводство мясомолочного направления, а также отрасли интенсивного развития производства, такие как выращивание хлопчатника, бахчевых культур и др.

15. Город Астана. В перспективе до 2030 года экономика города Астаны будет развиваться высокими темпами. Обуславливающим фактором роста станет формирование центра высоких технологий и инноваций научно-образовательного кластера на базе Назарбаев Университет, АО «НАТР», АО «Фонд науки», создание международного медицинского кластера на базе Медицинского холдинга, «сетевая зона роста» (Караганда–Боровое), свободная экономическая зона «Астана-новый город». Приоритетное развитие получат космическая деятельность, машиностроение, стройиндустрия и деревообрабатывающая промышленность, транспортно-телекоммуникационная инфраструктура. Перспективы развития индустриального сектора города Астаны не связаны с функционированием промышленных гигантов. Это будут средние перерабатывающие и сборочные предприятия, использующие высокие передовые, экологически чистые технологии.

16. Город Алматы. В перспективе до 2030 года экономика города Алматы будет развиваться высокими темпами.

Приоритетное значение будет иметь развитие обрабатывающей промышленности (легкой, пищевой, машиностроения, химической, фармацевтической, строительства), малого бизнеса в производственной сфере, инфраструктуре, сфере услуг и туристской отрасли.

Существенно возрастет удельный вес отраслей обрабатывающей промышленности, связанных с производством продовольственных и непродовольственных товаров народного потребления.

Расширится позиция города Алматы как международного оператора в сфере транспортно-логистических и финансовых услуг, международной торговли, туризма, малого и среднего бизнеса, высоких технологий, образования и медицины.

Экономическая специализация города Алматы, которая имеет наиболее высокие коэффициенты рыночной специализации, такой как оптово-розничная торговля, транспорт и связь, операции с недвижимым имуществом, сохранит свои позиции в перспективе [3].

Библиографический список

1. Казахстан. Казахская энциклопедия / Под ред. А. Нысанбаева, 1998.
2. Алашбаева А.Н. Методические подходы к разработке анализа и оценки программ развития территорий регионов Республики Казахстан: Диссертация на соискание ученой степени доктора философии (PhD). Астана, 2013.
3. Прогнозная схема территориально - пространственного развития страны до 2020 года.

УДК 331.5

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ГРУПП ОБУЧЕНИЯ И ПЕРЕОБУЧЕНИЯ БЕЗРАБОТНЫХ ГРАЖДАН

М.Г. Хорунжин

Рубцовский индустриальный институт

Деятельность по подготовке и переподготовке кадров, осуществляемая в рамках рынка квалификационно-образовательных услуг, должна быть направлена на повышение эффективности функционирования рынков. Рынок квалификационно-образовательных услуг является механизмом регулирования рынка труда, воздействующим на субъекты предложения рабочей силы. Таким образом, он выступает как механизм, поддерживающий функционирование рынка труда, рынок квалификационно-образовательных услуг может быть отнесен к его инфраструктурным элементам, т.е. к системам, деятельность которых повышает эффективность функционирования рынка труда. Это позволяет в единых рамках разработать модельное представление взаимодействия системы рабочих мест и рабочей силы, деятельности организаций, занимающихся подготовкой и переподготовкой кадров, трудовым посредничеством (см. рис. 1).

Одним из инструментов, позволяющим достичь сбалансированности процессов, происходящих на рынке труда, могут быть оптимизационные модели, призванные разрешить некоторые возникающие в современных условиях трудности реализации инвестиционных программ и направленные на повышение эффективности его функционирования.

В результате исследования получили авторскую модель инвестиционной программы, направленной на снижение дисбаланса между спросом на рабочую силу и ее предложением в разрезе профессионально-квалификационных групп с учетом цены обучения. Эти два фактора являются главенствующими в процессе расчета выбора численности и профессиональной направленности групп обуче-

ния. А также выведены практические рекомендации по использованию предложенной модели в деятельности служб занятости на уровне муниципального образования [1, с. 124-125].

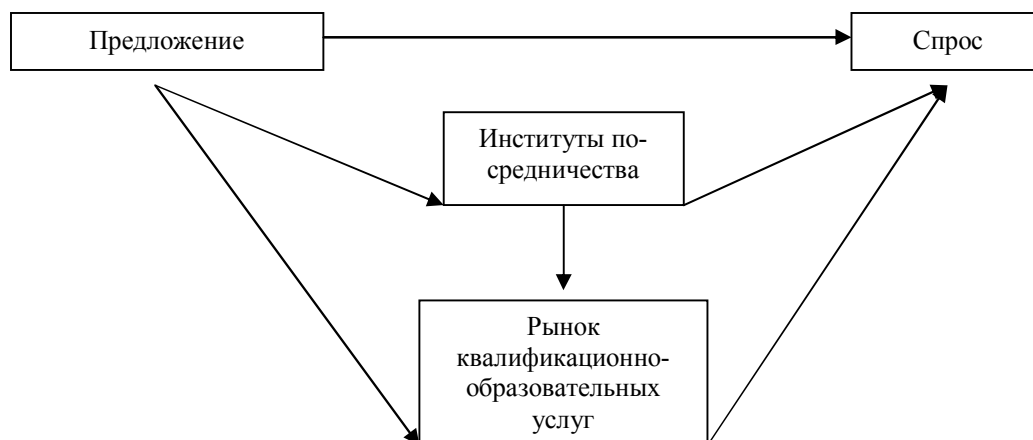


Рис. 1. Инфраструктура рынка труда

Методика определения групп обучения и переобучения безработных граждан в профессионально-квалификационном разрезе с использованием оптимизационной модели

I Постановка на учет в Службе занятости населения.

Заполнение анкеты безработным.

Схема анкеты:

Анкета безработного

1. Данные о безработном

- а) Фамилия, имя, отчество
- б) Возраст
- в) Пол
- г) Образование
- д) Служба в вооруженных силах
- е) Профессия (специальность, квалификация)
- ж) Стаж работы по специальности
- з) Последнее место работы
- и) Причина увольнения
- к) Рекомендации

2. Список профессий, по которым может работать безработный в порядке приоритета.

3. Условия работы

- а) График работы
- б) Место работы
- в) Заработная плата

4. Перечень профессий, по которым безработный хотел бы обучаться в порядке приоритета.

Не устраивает ни одно направление

II Заполнение анкеты работодателем

Анкета работодателя

1. Данные о работодателе
2. Список вакансий, предлагаемых работодателем
 - 2.1. Название вакансии
 - 2.2. Количество рабочих мест
 - 2.3. Условия работы
 - 1) График работы
 - 2) Место работы
 - 3) Заработная плата
 - 2.4. Требования, предъявляемые к работнику:
 - а) Возраст
 - б) Пол
 - в) Образование
 - г) Служба в вооруженных силах
 - д) (может быть, несколько профессий как оформить)
 - е) Профессия (специальность, квалификация)
 - ж) Стаж работы по специальности.

III Расчетный этап

По введенным данным программа производит распределение безработных по имеющимся вакансиям.

Из оставшихся безработных формируются учебные группы в соответствии с их предпочтениями по направлениям обучения. Если безработного не устраивают существующие направления обучения, то он автоматически остается в составе безработного и ждет подходящей вакансии.

По составленным группам рассчитывается оптимальное распределение людей в учебных группах по приведенной ниже модели (при расчете могут использоваться не только существующие вакансии, но и вакансии, которые могут быть организованы к концу обучения (заказ предприятиями специалистов)).

Модель максимального соответствия числа и профессионально – квалификационной структуры учебных мест, предоставляемых для обучения безработных, числу и профессионально – квалификационной структуре вакансий.

Вид модели:

$$L = \sum_{i=1}^n (y_i - a_i - x_i)^2 \rightarrow \min_x, \quad (1)$$

где L – целевая функция, характеризующая соотношение между вакансиями и безработными, направляемыми на обучение (переобучение) с учетом оптимального распределения;

y_i – вектор, характеризующий число и структуру вакансий, в разрезе профессионально-квалификационных групп;

a_i – вектор, характеризующий объем и структуру безработных, направленных на обучение, переобучение в разрезе профессионально – квалификационных групп;

x_i – вектор оптимального преобразования учебных мест;

n – количество групп.

1) Ограничение, учитывающее то, чтобы затраты на обучение не превышали сумму инвестиций, выделяемых на обучение (переобучение) безработных;

$$\sum_{i=1}^n p_i \cdot (a_i + x_i) = K, \quad (2)$$

где p – вектор затрат на обучение или переобучение безработного по учебным группам;

K – суммарный объем инвестиций;

2) Ограничение, учитывающее численность безработных, направленных на обучение после оптимального изменения, которое не должно превышать численность безработных, направленных на обучение до оптимального распределения.

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^n (a_i + x_i) &\leq \sum_{i=1}^n a_i; \\ \sum_{i=1}^n x_i &\leq 0. \end{aligned} \quad (3)$$

3) Ограничение, учитывающее то, чтобы численность безработных, направленных на обучение по i – й профессии, было не больше, чем количество вакансий по данной профессии.

$$0 \leq a_i + x_i \leq y_i, \quad i = 1, \dots, n \quad (4)$$

$$p_i \geq 0$$

$a_i \in Z^+, y_i \in Z^+$ – область значений всех параметров математической модели

$$x_i \in Z$$

При решении модели оптимизационной задачи используется метод функций Лагранжа. Решение осуществляется в три этапа:

1 этап

Решается модель без учета ограничений (2) – (4).

Находятся частные производные первого порядка, откуда: $x_i = y_i - a_i$.

Если решение удовлетворяет ограничениям (2) – (4), то переход к этапу 3.

2 этап

Решается модель с учетом ограничений методом функций Лагранжа:

2.1. По ограничению (2)

$$L_\lambda = \sum_{i=1}^N (y_i - a_i - x_i)^2 + \lambda \cdot \left(\sum_{i=1}^N p_i \cdot (a_i + x_i) - K \right) \rightarrow \min_x$$

$$\begin{cases} \frac{\partial L_\lambda}{\partial x_i} = (-2)(y_i - a_i - x_i) + \lambda p_i = 0, \quad i = 1, \dots, N \\ \frac{\partial L_\lambda}{\partial \lambda} = \sum_{i=1}^N p_i \cdot (a_i + x_i) - K = 0 \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} \lambda = 2 \cdot \frac{\sum_{i=1}^N p_i \cdot y_i - K}{\sum_{i=1}^N p_i^2} \\ x_i = (y_i - a_i) - \frac{\lambda \cdot p_i}{2}, \quad i = 1, \dots, N \end{cases}$$

2.2. По ограничению (3)

$$L_\lambda = \sum_{i=1}^N (y_i - a_i - x_i)^2 + \lambda \cdot \sum_{i=1}^N x_i \rightarrow \min_x$$

$$\begin{cases} \frac{\partial L_\lambda}{\partial x_i} = (-2)(y_i - a_i - x_i) + \lambda = 0, \quad i=1, \dots, N \\ \frac{\partial L_\lambda}{\partial \lambda} = \sum_{i=1}^N x_i = 0 \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} \lambda = \frac{2 \cdot \sum_{i=1}^N (y_i - a_i)}{N} \\ x_i = (y_i - a_i) - \frac{\lambda}{2}, \quad i=1, \dots, N \end{cases}$$

2.3. По ограничениям (2)-(3)

$$L_\lambda = \sum_{i=1}^N (y_i - a_i - x_i)^2 + \lambda_1 \cdot (\sum_{i=1}^N p_i \cdot (a_i + x_i) - K) + \lambda_2 \cdot \sum_{i=1}^N x_i \rightarrow \min_x$$

$$\begin{cases} \frac{\partial L_\lambda}{\partial x_i} = (-2)(y_i - a_i - x_i) + \lambda_1 p_i + \lambda_2 = 0, \quad i=1, \dots, N \\ \frac{\partial L_\lambda}{\partial \lambda_1} = \sum_{i=1}^N p_i \cdot (a_i + x_i) - K = 0 \\ \frac{\partial L_\lambda}{\partial \lambda_2} = \sum_{i=1}^N x_i \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} \lambda_1 = 2 \cdot \frac{N \cdot K + \sum_{i=1}^N (p_i \cdot \sum_{j=1}^N (y_j - a_j)) - N \cdot \sum_{i=1}^N p_i \cdot y_i}{\sum_{i=1}^N (p_i \cdot \sum_{j=1}^N p_j) - \sum_{i=1}^N p_i^2} \\ \lambda_2 = \frac{2 \cdot \sum_{i=1}^N (y_i - a_i) - \lambda_1 \cdot \sum_{i=1}^N p_i}{N} \\ x_i = (y_i - a_i) - \frac{\lambda_1 \cdot p_i + \lambda_2}{2}, \quad i=1, \dots, N \end{cases}$$

3 этап

Используя метод «ветвей и границ», добиваемся целочисленности полученного решения.

Замечание: метод «ветвей и границ» часто дает субоптимальное решение (т.е. близкое оптимальному), но при этом является очень емким с точки зрения вычислительных затрат. Таким образом, зачастую можно просто округлить результат, полученный на 2-м этапе решения.

2.4. Обработка человеческого фактора: из людей, которых не устраивает направление на обучение, составляются новые учебные группы в соответствии с имеющимися вакансиями (переход на пункт 2.2.-2.3.).

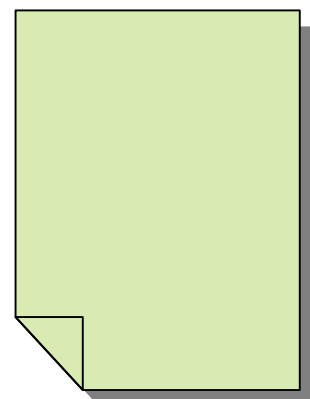
3. Трудоустройство по существующим вакансиям [1, с. 125-130].

Литература

1. Хорунжин М.Г. Оценка ситуации на локальном рынке труда: проблемы и пути решения (на примере г. Рубцовска) Дис...канд.экон.наук: 08.00.05. – защищена 19.04.07; утв. 25.01.08, Барнаул, 2007.

СЕКЦИЯ 3

**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ
НА ПРЕДПРИЯТИИ**



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ КОНКУРСНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Н.М. Абрамов, А.И. Налимова

ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», г. Барнаул

Конкурсное производство является последним этапом в процессе банкротства. Его итогом в большинстве случаев является ликвидация предприятия. Крайне редко кредиторы и должник от конкурсного производства переходят к мировому соглашению. Основной целью конкурсного производства является соразмерное удовлетворение требований кредиторов. В практике данную процедуру можно поделить на три этапа. Первый этап: поиск и аккумуляция имущества должника, оспаривание сделок, формирование конкурсной массы. Второй этап: реализация конкурсной массы. Третий этап: соразмерное удовлетворение требований кредиторов. Почему-то конкурсный управляющий не стремится принять все возможные меры для восстановления платежеспособности предприятия, переход от конкурсного производства к внешнему управлению это скорее исключение, чем правило. В случае появления у конкурсного управляющего появились достаточных оснований, в том числе оснований, подтвержденных данными финансового анализа, полагать, что возможно восстановить платежеспособность, он обязан созвать собрание кредиторов (комитет кредиторов) в течение месяца с момента выявления указанных обстоятельств в целях рассмотрения вопроса об обращении в арбитражный суд с ходатайством о прекращении конкурсного производства и переходе к внешнему управлению.

Сама процедура конкурсного производства достаточно интересна для изучения, наибольшее количество мероприятий арбитражный (конкурсный) управляющий должен выполнить именно на этой стадии банкротства. Данная процедура открывается после принятия решения арбитражным судом решения о признании должника банкротом, однако предусмотренный законом срок 6 месяцев крайне редко является достаточным для завершения процедуры. Конкурсному управляющему приходится, предварительно отчитавшись перед судом, ходатайством продлить процедуру еще на определенный период времени, не превышающий 6 месяцев. На наш взгляд, целесообразнее ввести процедуру конкурсного производства изначально на полтора года, с правом досрочного завершения, так как, отчитываясь раз в шесть месяцев, конкурсный управляющий не может достаточно подробно описать ситуацию, сложившуюся на данной стадии у должника. После введения процедуры наступают следующие последствия, предусмотренные законом: наступление срока исполнения всех обязательств должника; прекращение начислений процентов, неустоек и иных санкций за неисполнение или ненадлежащее исполнение денежных обязательств и обязательных платежей; сведения о финансовом состоянии должника прекращают относиться к сведениям, признанным конфиденциальными или составляющим коммерческую тайну, прекращается совершение сделок, связанных с отчуждением имущества должника или влекущих за собой передачу его имущества третьим лицам в пользование; прекращается исполнение по исполнительным документам, в том числе по исполнительным документам, исполняв-

шимся в ходе ранее введенных процедур, применяемых в деле о банкротстве; исполнительные документы, исполнение по которым прекратилось, подлежат передаче судебными приставами-исполнителями конкурсному управляющему; снимаются ранее наложенные аресты на имущество должника и иные ограничения распоряжения имуществом должника, прекращаются полномочия руководителя должника; все требования кредиторов могут быть предъявлены только в ходе конкурсного производства.

Наиболее серьезной проблемой в данном случае является передача имущества от руководителя конкурсному управляющему и снятие арестов. В современной практике руководители стараются уклониться от передачи имущества, конкурсному управляющему приходится через суд принудительно изымать его, но это влечет за собой затягивание процедуры, а также получение данных не в полном объеме. Одной из проблем для конкурсного управляющего является следующее: бывшие собственники, после вынесения решения о введении процедуры, стремятся вывести имущество или совершают это за полгода до введения процедуры. Конкурсный управляющий должен следить за этим, чаще всего приходится оспаривать сделки должника и возвращать в конкурсную массу. В соответствии со ст. 28,128 ФЗ "О несостоятельности (банкротстве)" конкурсный управляющий должен публиковать сведения в официальных изданиях (газета «Коммерсантъ», ЕФРСБ, при публикации о торгах также в местном издании). Выделяя определенные издания, государство создает монополистов в сфере банкротства. Средний счет за одну публикацию в газете «Коммерсантъ» около 6 тыс. рублей, ЕФРСБ публикует сведения по фиксированной стоимости 640 рублей, но в связи с поправками от 01.01.2014 г. конкурсный управляющий обязан публиковать почти все проводимые мероприятия. Высокие тарифы у изданий "монополистов" создают проблему для с/х предприятий, где, как правило, много единиц техники, в этом случае счета за публикацию сведений исчисляются в десятках тысяч рублей, тем самым причиняя убытки кредиторам. Также не позднее трех месяцев со дня введения процедуры конкурсного производства конкурсный управляющий обязан отчитаться о проведенных мероприятиях перед кредиторами. Если учесть, что в среднем процедура конкурсного производства затягивается на полтора года, то за данный промежуток времени конкурсный управляющий должен отчитаться примерно шесть раз. Также в любой момент кредитор имеет право ознакомиться с материалами дела как в суде, так и с документацией конкурсного управляющего. В связи с изменениями, отраженными в ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» с 01.01.2014 г., затраты на проведение данного мероприятия выросли в разы. Теперь конкурсный управляющий обязан не только уведомлять конкурсных кредиторов заблаговременно о проведении собрания кредиторов, но и публиковать в официальном издании (ЕФРСБ) эту же информацию, а также публиковать результаты проведения собрания кредиторов. В случае нарушения закона, сроков, предусмотрена административная ответственность в размере 25 тыс. руб., при этом ежемесячное вознаграждение конкурсного управляющего составляет 30 тыс. руб. Встает вопрос о соразмерности доходов и расходов. В СМИ появилась информация о возможном увеличении административной ответственности до 100 тыс. рублей,

при этом вопрос об увеличении вознаграждения арбитражного управляющего не стоит. Можно с уверенностью сказать, что расходы, которые несет конкурсный управляющий при ведении процедуры конкурсного производства, порой они превышают доходы в разы. При этом конкурсный управляющий ограничен жесткими временными рамками.

Отдельно можно выделить особенность ведения конкурсного производства индивидуального предпринимателя (ИП). С момента принятия арбитражным судом решения о признании индивидуального предпринимателя банкротом и об открытии конкурсного производства утрачивает силу государственная регистрация гражданина в качестве индивидуального предпринимателя, а также аннулируются выданные ему лицензии на осуществление отдельных видов предпринимательской деятельности. Следовательно, конкурсный управляющий просто не имеет возможности открыть спец.счет для хранения денежных средств.

Также увеличилась практика подачи заявлений о признании должника банкротом от самих предприятий-банкротов. В данном случае опять возникает вопрос: в случае, если не будет достаточно денежных средств на погашение текущих расходов, кто будет оплачивать арбитражному управляющему его работу?!

Одной из особенностей конкурсного производства является оценка и реализация имущества должника. Но при этом ФЗ не предусматривает, что следует делать с нереализованным имуществом после проведения всех предусмотренных мероприятий. Кредиторы в большинстве случаев не спешат оставлять предмет залога или незалоговое имущество за собой, в счет погашения задолженности. Удовлетворение требований кредиторов осуществляется в определенной последовательности: производятся расчеты по требованиям граждан, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью, путем капитализации соответствующих повременных платежей, а также компенсация морального вреда. В случае, если возраст гражданина превышает семьдесят лет, период капитализации соответствующих повременных платежей составляет десять лет; производятся расчеты по выплатам выходных пособий и оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и по выплатам вознаграждений по договорам об интеллектуальной деятельности; производятся расчеты с другими кредиторами. Вне очереди покрываются судебные расходы, связанные с выплатой вознаграждения арбитражному управляющему, текущие коммунальные платежи должника, а также требования, возникшие в ходе конкурсного производства. Если суммировать все расходы конкурсного управляющего на ведение процедуры, до кредиторов среднестатистического банкрота денежные средства с реализации имущества дойти не успевают.

Помимо мероприятий, предусмотренных ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», конкурсный управляющий, как полноправный руководитель должника, должен сдавать отчетность, для этого в штате должен быть бухгалтер, а это опять же расходы. ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» предусматривает привлечение специалистов для ведения процедуры, согласно выделенному

лимиту. В некоторых случаях, когда лимит исчерпан, арбитражный суд может отказать конкурсному управляющему в увеличении лимита, и тут закон опять никак не встает на сторону арбитражного управляющего.

В итоге можно прийти к выводу, что современное законодательство заиклено только на расширении обязанностей конкурсного управляющего, на жестком контроле, а также санкциях. Меры по усовершенствованию процедуры, устранению недостатков не предпринимаются. Как нам кажется, следует обратить внимание на ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» не со стороны увеличения обязанностей арбитражного управляющего, а заняться непосредственно усовершенствованием самого закона, устранением всех противоречий.

УДК 338.984:339.976

К ВОПРОСУ О СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ - СУБЪЕКТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Т.В. Артеменко

ФГБОУ ВПО «Хабаровская государственная академия экономики и права»

Исследование вопросов организации и методологии стратегического планирования на предприятиях-участниках международного бизнеса остается актуальным, поскольку роль стратегического управления в целом и стратегического планирования в частности в данной сфере достаточно высока. Однако по-прежнему для значительной части российских предприятий уровень организации менеджмента, в том числе и системы стратегического планирования, не является фактором конкурентоспособности на внешнем рынке. При этом нужно понимать, что сам процесс стратегического планирования подвержен изменениям в связи с усилением неустойчивости окружающей среды.

Целью данного исследования являлось изучение на конкретных примерах, каким образом могут модифицироваться на практике теоретические положения стратегического планирования при их практическом воплощении. В качестве основных методов исследования использовались следующие: системный подход, анализ и синтез, сравнения, экспертных оценок. В качестве информационной базы исследования использовалась учебная и научная литература, годовые отчеты и доклады, нормативная документация предприятий. В ходе исследования анализировалась деятельность более трех десятков российских предприятий-субъектов международного бизнеса, однако в качестве иллюстрации в данной статье рассматривается опыт стратегического планирования двух акционерных обществ разных видов экономической деятельности, по которым информация по большинству исследуемых аспектов оказалась наиболее полной.

К основным результатам исследования можно отнести систематизацию основных признаков классификации, характеризующих процесс стратегического планирования и его результаты; выделение общих и особых характеристик процесса стратегического планирования в исследуемых организациях; оценка состояния процесса стратегического планирования в исследуемых организаци-

ях относительно современных тенденций в данной сфере на основе критериев эксперта.

Проведенное исследование позволило получить следующие выводы. Теория и практика стратегического планирования подтверждают, что процесс стратегического планирования может быть организован по-разному. Ему могут быть присущи разные характеристики, в зависимости от которых профиль процесса стратегического планирования существенно меняется. В этих целях может быть использован целый ряд признаков классификации, группировка характеристик процесса стратегического планирования, которые приведены в таблице. Обобщенная классификация составлена на основе систематизации материалов источников литературы [2, 4, 5, 6].

Таблица 1

Классификационные признаки характеристики профиля процесса стратегического планирования

Признак классификации	Характеристики процесса
1. Характер процесса	– регулярный характер
	– периодический (нерегулярный) характер
2. Уровень системности процесса	– системный
	– несистемный
3. Уровень формализации процесса	– формализованный
	– неформализованный
4. Уровень регламентации процесса	– регламентированный
	– нерегламентированный
5. Уровень документированности результатов процесса	– процесс с документированными результатами процесса
	– процесс с не документированными результатами процесса
6. Формат результатов процесса	– стратегия – долгосрочное (ые), качественно определенное (ые) направление (я) развития организации
	– стратегия – приоритетное (ые) направление (я) развития предприятия
	– стратегия – определение основных и долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей
	– стратегия – детальный всесторонний комплексный план
7. Горизонт планирования	– 1 год
	– 3 года
	– 5 лет
	– более длительный период

Как указывает Грант Р.М. [4, с. 219], характеристики организации процесса стратегического планирования зависят в значительной степени от масштаба бизнеса, в том числе это касается и международного бизнеса. Так, в большинстве малых и средних предприятий процессу стратегического планирования присущи – несистемный характер (проведение от случая к случаю), отсутствие документированной стратегии, неформализованность и нерегламентированность процесса. Малое и среднее предприятие – участник международного бизнеса – может изменить подход к организации процесса стратегического планирования в случае необходимости составления бизнес-плана для привлечения иностранного инвестора или бизнес-партнера, а также в случае необходимости формирования благоприятного имиджа предприятия на внешнем рынке.

По мере роста масштабов бизнеса профиль процесса стратегического планирования будет видоизменяться. Крупные компании, в том числе международные корпорации, в зависимости от количества осуществляемых видов экономической деятельности и форм международного бизнеса, могут использовать разный подход к организации процесса стратегического планирования. Два крайних подхода характеризуются следующим образом:

- один вид экономической деятельности и ограниченное число форм международного бизнеса: формализованный процесс стратегического планирования, несистемный, нерегулярный, недокументированный, нерегламентированный;

- несколько видов экономической деятельности и форм международного бизнеса: формализованный процесс стратегического планирования, системный, регулярный, документированный, регламентированный.

Что касается практической реализации документированности результатов процесса стратегического планирования, ситуация такова. Например, в соответствии с результатами исследований ГУ ВШЭ, проведенных совместно с Всемирным банком в начале 2000-х годов, стратегию развития на 3-5 лет как документ разрабатывало около 40 % предприятий обрабатывающей промышленности, как правило, экспортеры [2, с. 72]. Анализ современной информации (годовые отчеты, доклады, презентации) на официальных сайтах крупных предприятий-участников международного бизнеса (преимущественно акционерных обществ) позволяет на основе косвенных данных сделать вывод о наличии у них документально оформленной стратегии. Вместе с тем отмечается, что в связи с усилением неустойчивости окружающей среды процесс стратегического планирования стал менее формализованным и более гибким [4, с. 219].

В отношении регламентируемости процесса стратегического планирования можно отметить следующее. Регламентация деятельности получила развитие в России в первую очередь в банковских и страховых организациях, а также в организациях-субъектах международного бизнеса. Последние в целях соответствия требованиям внедряют систему менеджмента качества, одним из принципов которой является процессный подход. Процессный подход, в свою очередь, предполагает регламентацию бизнес-процессов. В качестве примера можно

привести опыт таких предприятий-участников международного бизнеса, как ОАО «РусГидро» и ОАО «РТИ».

Как известно, ОАО «РусГидро» уделяет значительное внимание развитию международных связей, целью которых является привлечение иностранных инвестиций в новые перспективные проекты, обмен опытом и современными технологиями в сфере гидроэнергетики и возобновляемых источников энергии, а также двустороннее сотрудничество с зарубежными электроэнергетическими проектными и инжиниринговыми компаниями. Важным конкурентным преимуществом компании считается высокий уровень корпоративного управления, соответственно, и планирования. В ОАО «РусГидро» разработаны Положение и регламент о стратегическом управлении [8, с. 29].

ОАО «РТИ» – это крупный российский отраслевой холдинг, разработчик-производитель высокотехнологичных продуктов и инфраструктурных решений с использованием собственных микроэлектронных технологий [3]. На сегодняшний день бизнес Группы компаний «РТИ» представлен в следующих направлениях: оборонные решения; микроэлектроника; комплексные системы безопасности; системная интеграция. Численность персонала Группы компаний «РТИ» составляет более 21 тыс. сотрудников, которые работают в 30 странах мира. ОАО «РТИ» – участник международного рэнкинга Defense News Top 100, элита мирового оборонно-промышленного комплекса. В ОАО «РТИ» в 2012 году разработан регламент «Стратегический процесс ОАО «РТИ» [7]. Настоящий регламент устанавливает порядок, условия и сроки стратегического процесса в ОАО «РТИ». Его целями являются: определение общих подходов и принципов стратегического процесса; описание основных видов и этапов стратегического процесса; фиксирование взаимосвязи процессов; установление последовательности действий при разработке стратегических документов.

Структура регламента представлена шестью основными разделами:

1. Информация о документе
2. Основные положения
 - 2.1. Понятие стратегического процесса в Компании
 - 2.2. Уровни разработки стратегий и планов
 - 2.3. Каскадирование и синхронизация стратегий
 - 2.4. Горизонты планирования в рамках стратегического процесса
 - 2.5. Анализ и контроль реализации планов и стратегий
 - 2.6. Корректировка стратегий
 - 2.7. Взаимодействие стратегического процесса с другими процессами Компании
3. Временные рамки и роли участников стратегического процесса
 - 3.1. Годовой график стратегического процесса
 - 3.2. Матрица ответственности по реализации Графика стратегического процесса
 - 3.3. Фазы стратегического процесса
4. Ответственность за неисполнение (ненадлежащее исполнение) настоящего регламента
5. Нормативные ссылки

- 5.1. Внешние нормативные документы
- 5.2. Внутренние нормативные документы
6. Контроль версий документа

Кроме того, данный регламент содержит три приложения: Приложение 1. Требования к содержанию презентаций по результатам стратегического анализа; Приложение 2. Требования к содержанию стратегий; Приложение 3. Типовая форма функционального/годового плана руководителя.

Как известно, результатом процесса стратегического планирования является стратегия. Формат результата стратегического планирования, прежде всего, зависит от трактовки понятия «стратегия». На основе анализа многообразия определений данного понятия в соответствии с целями нашего исследования в таблице выделено четыре подхода.

В качестве иллюстрации теоретических положений продолжим рассмотрение опыта предприятий ОАО «РусГидро» и ОАО «РТИ».

Стратегия ОАО «РусГидро» представлена в виде Стратегического плана на период до 2015 года и на перспективу до 2020 года, утвержденного в 2010 году Советом директоров [8, с. 23]. Стратегический план задает основные направления стратегического развития Компании, содержит видение и стратегические цели, значения целевых показателей, а также основные стратегические инициативы и ключевые параметры Сводного долгосрочного прогноза Компании. Стратегический план разработан в соответствии со следующими документами в области государственного стратегического планирования: Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года; Долгосрочный прогноз развития экономики России до 2030 года; Энергетическая стратегия России на период до 2030 года; Генеральная схема размещения объектов электроэнергетики до 2020 года (проект до 2030 года); Региональные стратегии социально-экономического развития и энергетические стратегии регионов; Отраслевые стратегии и долгосрочные планы развития газовой и нефтяной отраслей, цветной металлургии, транспортной инфраструктуры и др.

В составе ОАО «РусГидро» функционирует ОАО «РАО Энергетические системы Востока». Основным документом, определяющим стратегию данного предприятия, является Стратегический план развития ОАО «РАО Энергетические системы Востока» на период до 2016 года с перспективой до 2020 года, утвержденный Правлением Общества 14 августа 2012 года. В связи с исследуемым вопросом представляется важным подчеркнуть, что к приоритетным задачам развития предприятия в 2013 году относилось «повышение качества стратегического управления».

Регламент стратегического процесса ОАО «РТИ» позволяет сделать вывод о разработке на предприятии трехуровневой системы стратегий. В зависимости от уровня формат стратегии различается. Корпоративная стратегия – это формат стратегического плана, а бизнес-стратегия дивизиона и функциональная стратегия больше приближены к формату – определение целей и задач, и распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей.

Если оценивать перспективы развития процесса стратегического планирования в части формата его результата, а именно стратегии, можно учесть мнение Гранта Р.М., суть которого состоит в том, что [4, с. 221]:

– компании осознали невозможность прогнозирования будущего и стали разрабатывать стратегии, опираясь не столько на среднесрочные и долгосрочные экономические и рыночные прогнозы, сколько на общие стратегические вопросы (в форме видения, миссии и стратегического намерения) и альтернативные представления о будущем (например, используя сценарный анализ);

– в стратегическом планировании произошел сдвиг с позиции контроля, при которой руководство использовало механизмы стратегического планирования как средство контроля выполнения решений и использования ресурсов в подразделениях, бизнес-единицах и отделах, в направлении усиления позиции координации, когда стратегический процесс делает акцент на диалоге, включающем в себя обмен знаниями и достижение соглашений. В результате процесс стал более неформальным, а письменным документам придается все меньшее значение.

Далее обратимся к вопросу о месте и формате внешнеэкономической стратегии в системе стратегического планирования предприятия-субъекта международного бизнеса. Теория вопроса определяет несколько возможных вариантов, в числе которых выделим следующие:

– в составе перечня стратегических или приоритетных направлений (направлений развития);

– самостоятельный перечень стратегических или приоритетных направлений (направлений развития) международного бизнеса;

– в составе перечня основных целей и задач;

– самостоятельный перечень основных целей и задач международного бизнеса;

– в составе разделов стратегического плана предприятия;

– самостоятельный стратегический план международного бизнеса предприятия.

В рассмотренном выше стратегическом плане ОАО «РусГидро» его основные составляющие (миссия, стратегические цели и приоритеты развития в 2012 году) не отражают стратегию международного бизнеса. При этом в числе ключевых направлений развития ОАО «РАО Энергетические системы Востока» в 2012 году осуществлялось «развитие внешнеэкономических отношений со странами АТР в области ТЭК». На 2013 год в числе трех новых приоритетных направлений развития ОАО «РусГидро» определено «расширение присутствия компании на зарубежных рынках».

В зависимости от рассмотренного выше формата ожидаемого результата будут различаться, кроме указанных ранее, такие параметры процесса стратегического планирования, как длительность, этапность, горизонт планирования. Кроме того, различия будут касаться и организационных структур, задействованных в этом процессе.

Исходя из того, что само понятие «стратегическое управление» было введено для обозначения разницы между текущим управлением на уровне руково-

дителей подразделений и управлением, осуществляемым на уровне высшего руководства, процесс стратегического планирования является прерогативой высшего руководства. При этом масштабы бизнеса могут повлиять только на конкретизацию категории «высшее руководство международного бизнеса». Поскольку стратегия международного бизнеса должна вырабатываться в составе общей стратегии фирмы, она должна объединять все направления ее деятельности и, следовательно, должна быть единая структура, осуществляющая разработку стратегии. В акционерном обществе утверждение стратегии развития должно входить в компетенцию совета директоров (наблюдательного совета). Структурой, создаваемой в акционерных обществах на базе совета директоров, как правило, являются Комитеты: в ОАО «РусГидро» – это «Комитет по стратегии», а в ОАО «РТИ» – «Комитет по стратегии, слияниям и поглощениям и международному сотрудничеству». Основные функции последнего из указанных Комитетов следующие:

- обсуждение и анализ по поручению Совета директоров Общества стратегических вопросов;
- контроль цикла стратегического управления в Обществе и его дочерних и зависимых обществ;
- утверждение методологии стратегического планирования;
- распределение ролей стратегического планирования между подразделениями Общества и его дочерними и зависимыми компаниями;
- рассмотрение, согласование и разработка рекомендаций к утверждению стратегии Общества;
- утверждение стратегических целей Общества.

Подготовка же стратегического плана как развернутого документа возлагается в основном на экономические службы (например, в ОАО «РТИ» – это Департамент акционерной стратегии или Управление стратегического планирования, анализа и мониторинга в целом), но перед ними собственник предприятия, интересы которого представляет совет директоров, должен поставить задачи, которым должна быть подчинена разработка стратегического плана. На предприятии меньшего масштаба это функции генерального директора (директора). Если рассматривать этот вопрос в перспективе, то, по мнению Гранта Р.М. [4, с. 221], снижается значение сотрудников, разрабатывающих стратегические планы; ответственность за стратегические решения и процесс разработки стратегии взяли на себя менеджеры высшего звена.

В соответствии с теорией стратегического менеджмента процесс стратегического планирования на крупных предприятиях, характеризующийся системным, формализованным, регулярным характером, имеет годовой цикл [4, с. 219]. Годовой график стратегического процесса ОАО «РТИ», представленный в Регламенте, и стратегический процесс ОАО «РТИ» подтверждают это [7, с. 7].

Горизонт стратегического планирования не регламентируется, он фактически является производной величиной от максимального срока реализации программ, входящих в состав стратегического плана [1, с. 197]. Как правило, они составляются на 3 года и 5 лет [4, с. 219]. Указанные выше стратегические планы анализируемых организаций попадают под эти характеристики. Если ориен-

тироваться на результаты уже упоминавшегося совместного исследования ГУ ВШЭ и Всемирного банка [2, с. 71], в России предприятия обрабатывающей промышленности в основном используют горизонт планирования «не более чем 1 год» (39,4%), второй по значимости ранг «1-3 года» (36,6%), третий ранг «3 и более лет» (24,0%). При этом можно отметить смещение ранга показателя «3 и более лет» в сторону увеличения от среднего ранга при анализе показателей для предприятий разного масштаба (для крупных – 30,5% и крупнейших – 40,6%) и разного уровня конкурентоспособности (для предприятий высокой конкурентоспособности – 28,5%). Как правило, это предприятия-субъекты международного бизнеса. В целом это типичная ситуация, поскольку, по мнению Гранта Р.М. [4, с. 221], изменения в данной характеристике процесса стратегического планирования выразились в следующем: фокус сместился с долгосрочного стратегического планирования на краткосрочное финансовое планирование, поскольку стратегическое планирование стало делать акцент на целях эффективности, особенно на таких финансовых целях, как прибыль акционеров и компаний.

Таким образом, проведенное исследование показало, что основные положения теории стратегического планирования на предприятиях-субъектах международного бизнеса реализуются с небольшой модификацией, имеет место определенное изменение процесса стратегического планирования в соответствии с современными тенденциями.

Библиографический список

1. Бадалов, Л.М., Алиев, С.А. Некоторые особенности стратегического планирования развития корпораций // Экономические стратегии. 2007. № 2. С. 190–197.

2. Голикова, В.В., Кузнецов, Б.В., Ясин, Е.Г., Гончар, К., Яковлев, А.А. Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными: доклад ГУ ВШЭ о конкурентоспособности обрабатывающей промышленности России по результатам партнерского проекта со Всемирным банком при финансовой поддержке Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2007. – 104 с.

3. Годовой отчет Открытого акционерного общества «РТИ» за 2012 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ooarti.ru/upload/iblock/4bf/go-оао-rti-2012.pdf>. – Дата доступа: 14.04.2014.

4. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. – 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.

5. Международный менеджмент : учебник / С.Э. Пивоваров, А.С. Тарасевич, А.И. Майзель. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 656 с.

6. Разработка стратегии развития: учебное пособие. – СПб.: Решение: учебное видео, 2007. – 46 с.

7. Регламент «Стратегический процесс ОАО «РТИ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/1/Downloads/-upload-iblock-89c-reglament-strategicheskiiy-protsess.pdf>. – Дата доступа: 14.04.2014.

8. РусГидро. Годовой отчет 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rushydro.ru/upload/iblock/4d1/RusHydro_Annual_Report_2012_RUS-.pdf. – Дата доступа: 14.04.2014.

ББК 67.404.9

УДК 346.2

ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С УЧАСТИЕМ БЮДЖЕТНЫХ НАУЧНЫХ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Н.П. Балдина

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН,
г. Новосибирск*

В инновационной сфере малые предприятия имеют значительные преимущества и способны активно развивать инновационную экономику страны, поэтому их поддержка является приоритетным направлением государственной политики. Эта политика носит стратегический характер и нацелена на осуществление технологического прорыва по перспективным направлениям научно-технической деятельности.

Во всем мире получила признание модель научной организации, в которой центральное звено занимают университеты. Они функционально обеспечивают связь науки, образования и инновационного бизнеса. Коммерциализация научных исследований и вывод на рынок накопленных уникальных разработок - это одна из главных перспектив развития университетов во всем мире. Все зарубежные университеты зарабатывают внедрением своих идей, живут использованием своего интеллектуального потенциала.

В России также приступили к созданию аналогичной системы, так как инновационная сфера в настоящее время может регулироваться, к сожалению, только административными рычагами. Правительство РФ серьезно озабочено вопросами развития инновационной деятельности в университетах и направляет усилия в сторону стимулирование применения результатов интеллектуальной деятельности.

Все отечественные малые инновационные предприятия, действующие в настоящее время в российской инновационной сфере, можно объединить в две основные группы: предприятия, созданные при научно-исследовательских институтах (НИИ) или при вузах, и самостоятельные структуры.

Малые инновационные предприятия первого типа - это фирмы, которые были основаны сотрудниками НИИ или вузов. Большинство малых инновационных предприятий относится именно к такому типу. Такое существование дает им ряд преимуществ: позволяет отсрочивать платежи за аренду и коммунальные услуги, пользоваться опытно-экспериментальной базой, наработанными связями института с партнерами и заказчиками, его научным потенциалом, брендом.

Самостоятельных малых инновационных предприятий значительно меньше. Они выживают благодаря тому, что смогли найти свою "нишу" на рынке наукоемкой продукции.

Создание при вузах и НИИ малых инновационных предприятий стало возможно после принятия в августе 2009 года Федерального закона N 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

Основная цель закона № 217-ФЗ – обеспечение реального внедрения в производство создаваемых за счёт бюджетных средств результатов интеллектуальной деятельности. С принятием нового закона бюджетным учреждениям науки и образования предоставлено право:

- самостоятельно учреждать хозяйственные общества (компании) без согласия собственника их имущества;
- вносить в уставный капитал право на использование результатов интеллектуальной деятельности, денежные средства и иное имущество;
- самостоятельно распоряжаться поступающими доходами от распоряжения долями (акциями).

Документ дал право научным и образовательным учреждениям самостоятельно создавать хозяйственные общества, работа которых направлена на внедрение результатов интеллектуальной деятельности. При этом исключительные права на эти разработки принадлежат тем же научным и образовательным учреждениям. Данный закон снял множественные законодательные преграды, которые долгое время затрудняли коммерциализацию инновационных разработок, созданных в вузах и НИИ, и внедрение их в реальный сектор экономики.

При существовавшем до 2009 г. законодательстве российские вузы не имели реальной возможности активно развивать инновационный бизнес, но в то же время вели предпринимательскую деятельность в иных не совсем удобных и прозрачных формах.

Значительно ускорил процесс создания малых инновационных предприятий при вузах и НИИ Федеральный закон РФ от 27 ноября 2010 г. N 310-ФЗ "О внесении изменения в статью 346.12 части второй Налогового кодекса РФ". В соответствии с этим законом компаниями, созданными по 217-ФЗ, может применяться упрощенная система налогообложения:

- у компании отсутствует НДС, составляющий для остальных организаций 18%,
- общая ставка по страховым взносам составляет лишь 14 вместо 34% для остальных организаций,
- при выборе объекта налогообложения «Доходы», ставка налога составит 6% (п. 2 ст. 346.14 НК РФ), которая может быть уменьшена до 3%.

Появление малых инновационных предприятий стало значительным шагом в продвижении инновационных разработок вузов на рынок. Однако в настоящий момент они сталкиваются со многими трудностями в процессе коммерци-

ализации результатов интеллектуальной деятельности: законодательство, не адаптированное для инновационных предприятий, финансовые сложности, высокий уровень предпринимательского риска, отсутствие широкого круга потребителей и др.

Проблемы, тормозящие процесс создания малых предприятий при вузах и НИИ, пока остаются нерешенными, несмотря на то, что принятые законы были долгожданнами. Предстоит создать работоспособную схему применения этих законов, и в этом вузам и НИИ должно было помочь государство. Создать хозяйственное общество – это одно, а вот создать предприятие, которое бы производило конкурентоспособную продукцию и приносило прибыль, – это процесс долгий. Проблемы, тормозящие процесс создания малых предприятий при вузах и НИИ, конечно, не могут быть решены только данными законодательными актами. Но эти проблемы выявляются только в процессе работы.

Эксперты [1] отмечают, что одним из самых сложных вопросов является вопрос передачи имущества. Закон № 217 ФЗ разрешает институтам и вузам вносить в уставный капитал малых предприятий помимо прав на использование интеллектуальной собственности еще и денежные средства, и иное имущество. В то же время действующее законодательство запрещает бюджетным учреждениям направлять деньги, даже полученные от предпринимательской деятельности, на создание предприятий. Получается, что институты и вузы смогут вкладывать в уставный капитал своих малых предприятий только лицензии, патенты и ноу-хау. Вузам придется искать инвесторов. Поиск инвестора – непростая задача. И что вузы будут рассматривать в качестве приоритетного инструмента финансовой поддержки, сложно сказать. Это будет зависеть от вуза и конкретной ситуации. Но уже сейчас представители вузов говорят о сложностях в привлечении инвесторов и необходимости государственной поддержки для запуска компаний вокруг ведущих университетов. Инструментом финансовой поддержки развития малого инновационного бизнеса вузы и НИИ могут рассматривать как государственные федеральные целевые программы, так и гранты международных фондов.

Не менее проблемный вопрос – аренда помещения. Если вуз сдает помещение, то по закону о малом и среднем бизнесе объявляется конкурс, и выигрывает его компания, предложившая самую высокую цену. Другими словами, никаких преференций у малого предприятия при вузе на аренду производственных площадей этого вуза нет. Так, в работе В.Д. Марковой [5] подчеркивается, что малые инновационные предприятия, созданные при НИУ Новосибирского государственного университета, оказались в самом худшем положении, так как длительность и сложность конкурсной процедуры заключения договора аренды делает эту аренду весьма проблематичной. Аренда оформляется на 11 месяцев при необходимости заново проходить конкурсную процедуру и согласование в Москве ежегодно. Согласование договоров аренды в институтах СО РАН происходит быстрее и проще. Однако предстоящая реформа РАН, которую собираются проводить по образцу и подобию реформы вузов, обострит проблемы и в институтах РАН.

Похожая ситуация обстоит с арендой специального оборудования. Если институт сдает оборудование в аренду, то снова действует принцип аукциона: кто больше заплатит, тот его и получит. То есть выходит, что, создавая малое предприятие, учебное заведение не может просто передать ему лабораторию для работы.

Следующая проблема – чисто техническая. Для создания малых предприятий надо вносить изменения в устав института или вуза. Не все видят смысл вносить изменения в старый устав ради оперативного создания малых предприятий.

Не менее трудоемким является процесс получения лицензий на виды деятельности, которые должны быть у вновь образованных малых предприятий.

Открытым остается вопрос с внесением в уставный капитал результатов интеллектуальной деятельности. Большая часть таких результатов не стоит на балансе образовательных учреждений. Поэтому в уставный капитал предприятий им вносить нечего.

Для преодоления трудностей малым инновационным предприятиям необходима государственная поддержка, которая может осуществляться в создании площадок предпринимательских коммуникаций – бизнес-инкубаторов; создании инвестиционных институтов, которые готовы инвестировать инновационные предприятия на самых ранних этапах их развития; внесении поправок в законодательство, облегчающих деятельность малых инновационных предприятий.

По данным статистики, в России к 2009 г. – моменту принятия закона N 217-ФЗ, декларирующего возможность создания хозяйственных обществ, наблюдался длительный спад количества организаций, выполнявших научные исследования и разработки (рис. 1), численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, постоянно сокращалась (рис. 2).

В 2011 г. вызывает определенный оптимизм наметившийся рост количества организаций, выполнявших научные исследования и разработки, а также динамика темпов роста внутренних затрат на научные исследования и разработки (рис.1-3). Если новая тенденция продолжится и мы увидим также рост численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, то тогда следует ожидать и роста доли продукции малых инновационных предприятий в валовом внутреннем продукте.

Казьменков Д.А. и Московкин В.М. в работе [2] подчеркивают, что инновационный сектор российской экономики как совокупность образовательных, научных, инфраструктурных и производственных организаций, взаимодействующих с целью выпуска наукоемкой высокотехнологичной продукции, характеризуется отсталостью на фоне роста инновационной составляющей экономик развитых стран. В ведущих странах мира прирост ВВП достигается за счет использования научных открытий и освоения инноваций. А пока же, по данным замдиректора Департамента государственной научно-технической и инновационной политики Минобрнауки С.Матвеева, доля продукции малых инновационных предприятий за девять месяцев 2012 года составила в валовом продукте 0,19%. Однако положительные сдвиги в этой сфере все же имеются:

если в 2011 году доход одного малого инновационного предприятия в среднем составлял 800 тысяч рублей, то по итогам 2012 года этот показатель вырос до 2,7 млн. рублей [3].

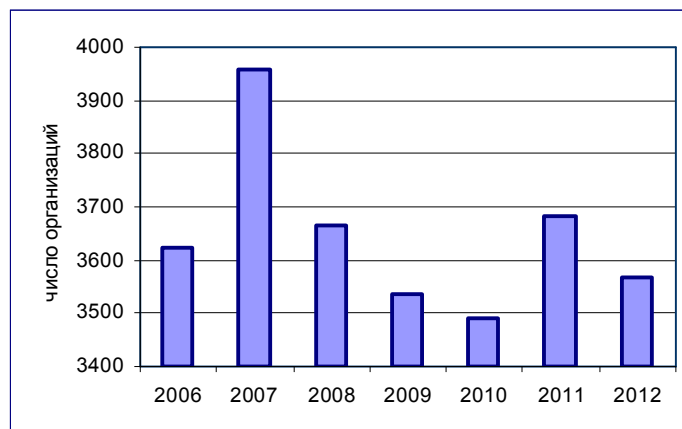


Рис. 1. Динамика количества организаций, выполнявших научные исследования и разработки в РФ

Источник: Стат.сб./Росстат. - М., 2013. - стр. 778.

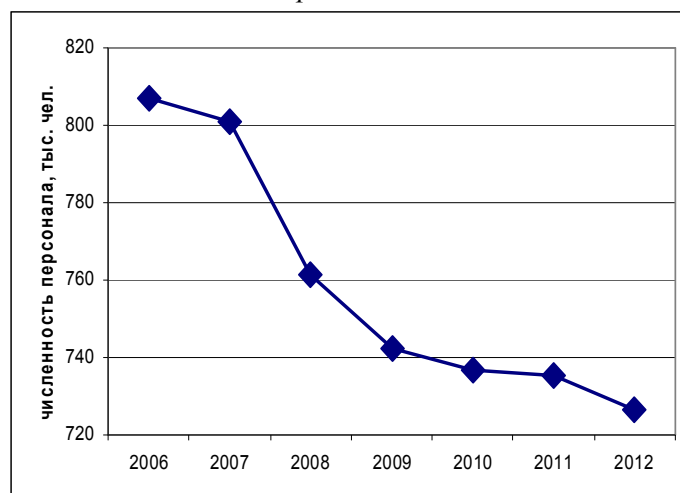


Рис. 2. Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками в РФ

Источник: Стат.сб./Росстат. - М., 2013. - стр. 780.

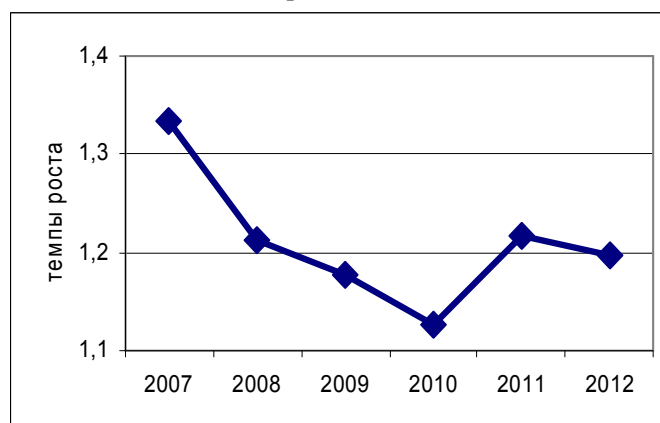


Рис. 3. Динамика темпов роста внутренних затрат на научные исследования и разработки по отношению к предыдущему году

Источник: Стат.сб./Росстат. - М., 2013. - стр. 788.

Количественный анализ создания малых инновационных предприятий стал возможен после принятия Постановлением правительства РФ от 4.03.2011 г. № 146 решения "О ведении реестра учета уведомлений о создании хозяйственных обществ, созданных бюджетными научными и образовательными учреждениями высшего профессионального образования, и порядке его передачи в органы контроля за уплатой страховых взносов" [4]. В Реестре отражаются наименование хозяйственного общества и создавшего его учреждения, ведомственная принадлежность, дата включения (исключения) в реестр и др. Эти сведения регулярно передаются в социальные фонды. Таким образом, появилась возможность провести количественный анализ создания малых инновационных предприятий после принятия в августе 2009 г. Федерального закона N 217-ФЗ используя опубликованный Реестр.

В таблице 1 представлено количество малых инновационных предприятий, регистрируемых ежемесячно после принятия закона N 217-ФЗ, и занесенных затем в Реестр. По состоянию на 3 квартал 2012 г. в РФ насчитывалось 646 малых инновационных предприятий.

Таблица 1

Количество малых инновационных предприятий созданных в соответствии с 217-ФЗ по годам учреждения, вошедших в реестр

Показатель	2009	2010	2011	2012
январь		5	34	15
февраль		14	38	23
март		14	17	18
апрель		41	19	11
май		7	19	3
июнь		13	30	4
июль		24	13	4
август		24	17	2
сентябрь		21	40	
октябрь	2	24	27	
ноябрь	4	13	23	
декабрь	16	30	38	
Количество организаций по годам	22	230	315	80
Суммарное количество организаций к соответствующему году	22	252	567	646
Общее число организаций, выполнявших научные исследования и разработки в РФ	3536	3492	3682	
Доля организаций, входящих в реестр, % от общего числа организаций, выполнявших научные исследования и разработки в РФ	0,62	7,22	15,40	

Стартовый 2009 г. не отличался массовостью. Было учреждено всего 22 малых инновационных предприятия. Но здесь следует подчеркнуть, что новый закон N 217-ФЗ был принят лишь в августе.

Основная масса предприятий – 84,2% (545 единиц) была учреждена в 2010-2011 годах, а в следующем 2012 г. создание малых инновационных предприятий пошло на спад, хотя, конечно, данные за четвертый квартал 2012 г. отсутствуют.

Что касается территориального распределения, то следует отметить, что вновь созданные малые инновационные предприятия оказались распределены по федеральным округам неравномерно. 70 % предприятий сосредоточены всего в трех федеральных округах. Наибольшее количество малых инновационных предприятий было создано в Приволжском ФО – 27 % от общего количества предприятий. Достойное место занимают Сибирский ФО – 22 % и Центральный ФО – 21 %. Невелика доля малых инновационных предприятий в Дальневосточном ФО – 2 %, Северо-Кавказском ФО – 3 % и Уральском ФО – 7 % от общего числа малых инновационных предприятий (рис.4).

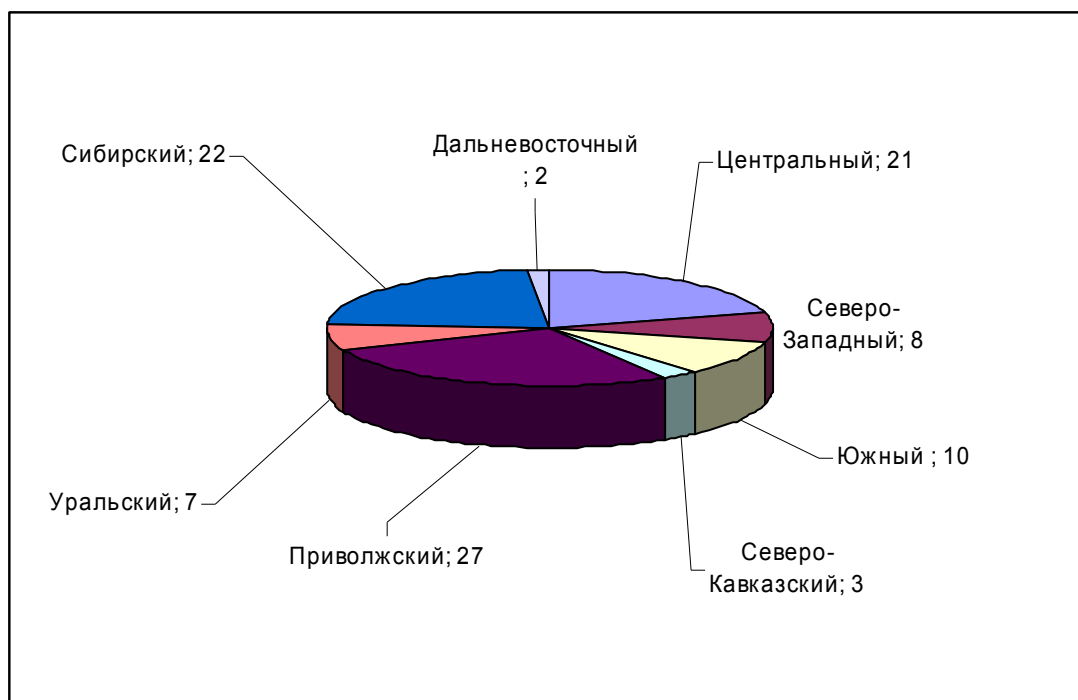


Рис.4. Доля малых инновационных предприятий в вузах и НИИ в округах, %

Обратимся к вопросу ведомственной принадлежности. В таблице 2 представлены министерства и ведомства, к которым отнесены рассматриваемые малые инновационные предприятия и при которых они были созданы. Подавляющее большинство их (85,9 %) относится к Министерству образования и науки (МОН).

Распределение малых инновационных предприятий по принадлежности к министерству (ведомству)

Ведомственная принадлежность МИП	Количество компаний	Доля от общего количества предприятий, %
Минздравсоцразвития России	12	1,9
Министерство образования Московской области	2	0,3
Министерство транспорта РФ	8	1,2
Минсельхоз РФ	20	3,1
МОН	555	85,9
РАМН	2	0,3
РАН	24	3,7
РАСХН	1	0,2
Росрыболовство	22	3,4
итого	646	100

Следует отметить, что в Российской академии наук (РАН) по состоянию на ноябрь 2012 г. было создано лишь 24 малые инновационные компании, вошедшие в Реестр, что составляет 3,7 % от всех созданных компаний, так как в НИИ РАН давно уже функционировало множество малых инновационных предприятий, созданных в разные годы и с использованием разных механизмов [5].

Из 80 российских субъектов федерации к 3 кварталу 2012 г. малые инновационные компании открылись в 58 регионах России. Среди городов, в которых этот процесс идет наиболее активно, необходимо выделить Томск, Ярославль, С-Петербург, Белгород, Астрахань, Омск, которые обогнали даже Москву (табл. 3). Алтайский край занимает в этом рейтинге достойное 12 место. К 3 кварталу 2012 г в нем при вузах и НИИ было создано 17 малых инновационных компаний.

На табл.3 представлены все 58 регионов, в которых созданы малые инновационные предприятия. Они расположены по мере уменьшения количества таких компаний. Наибольшее количество предприятий создано в Томской области (41). Наиболее высокая активность в области инновационной деятельности наблюдается также в таких субъектах федерации, как Ярославская область, г. С-Петербург, Белгородская, Астраханская и Омская области. Наша столица Москва оказалась лишь на 7 месте, значительно отставая от перечисленных регионов.

Наиболее активно в процесс создания малых инновационных предприятий включились именно вузы. Всего на начало 2011/12 учебного года в Российской Федерации насчитывалось 1080 образовательных учреждений высшего профессионального образования [6]. 112 вузов создали у себя малые инновационные

компании. Таким образом, Закон дал старт взрывному росту малых инновационных предприятий именно в вузах.

Таблица 3

Количество малых инновационных предприятий, созданных в регионах

№	Наименование регионов	Количество компаний	№	Наименование регионов	Количество компаний
1	Томская область	41	30	Республика Марий Эл	8
2	Ярославская область	40	31	Свердловская область	7
3	С-Петербург	34	32	Республика Северная Осетия	6
4	Белгородская область	34	33	Волгоградская область	6
5	Астраханская область	34	34	Республика Удмуртия	6
6	Омская область	32	35	Иркутская область	6
7	Москва	22	36	Ставропольский край	5
8	Кемеровская область	22	37	Кировская область	5
9	Самарская область	20	38	Хабаровский край	5
10	Тюменская область	20	39	Московская область	4
11	Саратовская область	19	40	Чеченская республика	4
12	Алтайский край	17	41	Республика Татарстан	4
13	Нижегородская область	16	42	Сахалинская область	4
14	Пензенская область	15	43	Тверская область	3
15	Челябинская область	15	44	Новгородская область	3
16	Тамбовская область	14	45	Брянская область	3
17	Воронежская область	14	46	Курская область	3
18	Пермский край	14	47	Курганская область	3
19	Ростовская область	13	48	Ивановская область	2
20	Владимирская область	13	49	Вологодская область	2
21	Новосибирская область	13	50	К-Балкарская республика	2
22	Тульская область	12	51	Приморский край	2
23	Республика Бурятия	12	52	Республика Коми	1
24	Республика Карелия	11	53	Псковская область	1
25	Республика Мордовия	11	54	Орловская область	1
26	Рязанская область	10	55	К-Черкесская республика	1
27	Республика Башкортостан	10	56	Республика Адыгея	1
28	Краснодарский край	9	57	Республика Тыва	1
29	Ульяновская область	9	58	Забайкальский край	1

В таблице 4 представлены первые 20 вузов, в которых создано наибольшее количество малых инновационных компаний в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности.

Таблица 4

Вузы, отнесенные к Министерству образования и науки, в которых были созданы малые инновационные компании

№ п/п	Наименование вуза	Количество компаний
1	Белгородский гос. технологический университет имени В.Г. Шухова	34
2	Томский гос. университет	24
3	Ярославский гос. университет имени П.Г. Демидова	20
4	Кемеровский гос. университет	17
5	Ярославский гос. технический университет	17
6	Омский гос. технический университет	16
7	Томский гос. университет систем управления и радиоэлектроники	15
8	«Алтайский гос. технический университет им. И.И. Ползунова»	15
9	Воронежский гос. университет	13
10	Тюменский гос. университет	13
11	Астраханский гос. университет	12
12	Владимирский гос. университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых	12
13	Омский гос. университет им. Ф.М. Достоевского	12
14	Нижегородский гос. университет имени Н.И. Лобачевского	11
15	Петрозаводский гос. университет	11
16	Тульский гос. университет	11
17	Мордовский гос. университет имени Н.П. Огарева	10
18	Пензенский гос. университет	10
19	Пермский гос. университет	9
20	Тамбовский гос. университет имени Г.Р. Державина	9

По состоянию на ноябрь 2012 г. в вузах РФ, согласно Реестру, насчитывалось 555 малых инновационных предприятий. Распределение малых инновационных компаний при вузах также весьма неравномерно (табл.5).

Таблица 5

Распределение вузов

	Количество организаций	Доля организаций в двадцатке, %
1-20	291	52 %
21-40	126	23 %
41-60	65	12 %
61-80	40	7 %
81-100	20	4 %
101-112	14	2 %

На долю первых двадцати вузов выборки, ранжированной по количеству созданных малых инновационных компаний, приходится более половины (52 %) всех компаний, в то время как доля последней "двадцатки" составляет лишь 4 % от общего количества обществ.

Разумеется, не каждое малое инновационное предприятие успешно действует. Более того, наверняка не все они реально работают. Но это не вина за-

кона, и причина вовсе не в отсутствии необходимой государственной поддержки. Просто далеко не все вузы сегодня имеют необходимый научный потенциал и отнюдь не все идеи приживаются.

Таким образом, после принятия закона N 217-ФЗ наблюдается взрывной характер образования малых инновационных предприятий при вузах, причем наибольшее их количество открывается не в столичных вузах, а в региональных, кроме того 70% малых предприятий сосредоточены в вузах всего трех федеральных округов: Центрального, Приволжского и Сибирского.

Библиографический список

1. Возможен ли инновационный бизнес в вузах и НИИ? [Электронный ресурс] http://www.rsci.ru/innovations/small_innovative_enterprises/62182.php

2. Казьменков Д.А., Московкин В.М. Проблемы развития малых инновационных предприятий при вузах России / // Университетское управление: практика и анализ. - 2012. - № 2. - С. 61-66.

3. Смирнов С. Доходы малых инновационных предприятий растут [Электронный ресурс] <http://www.nkj.ru/news/21768/>

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 4 марта 2011 г. N 146 «О ведении реестра учета уведомлений о создании хозяйственных обществ, созданных бюджетными научными и образовательными учреждениями высшего профессионального образования, и порядке его передачи в органы контроля за уплатой страховых взносов». Опубликовано: 10 марта 2011 г. на Интернет-портале "Российской газеты" <http://www.rg.ru/2011/03/10/xozobsch-site-dok.html>

5. Маркова В.Д. Малые инновационные предприятия: ожидания и реалии [Электронный ресурс] // 9000 инноваций: портал. - 2013. - Конкурс: Малые инновационные предприятия при университетах и институтах, экосреда или битва на выживание: проекты, проблемы и перспективы. - Режим доступа (29.11.13): <http://9000innovations.ru/malye-innovacionnye-predpriyatiya-ozhidaniya-i-realii>; http://9000innovations.ru/files/contests/works/mip._markova.pdf

6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: Стат.сб./Росстат. - М., 2012. - С. 292.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

М.С. Бантикова

Новосибирский государственный университет

Бюджетирование тесно связано с управлением и является его составной частью. Экономически эффективная деятельность организации возможна только в том случае, если она имеет четко заданные и реально выполнимые стоимостные параметры доходов и расходов.

В настоящее время бюджетирование представляет управленческий инструмент распределения и планирования ресурсов в целях оптимизации процессов достижения стратегических целей бизнеса.

Термин «бюджетирование» имеет достаточно много различных определений. Карминский А.М. определяет бюджетирование как «процесс составления бюджета в рамках формального процесса планирования» [3, с. 236], Лихачева О.Н. – как «элемент менеджмента, ориентированный на управление коммерческой организацией и представляющей собой методологию планирования, учета и контроля денежных средств и финансовых результатов» [4, с. 101], а Хруцкий В.Е. определяет бюджетирование, с одной стороны, как процесс составления финансовых планов и смет, а с другой – управленческая технология, предназначенная для выработки и повышения финансовой обоснованности принимаемых управленческих решений [7, с. 207].

Но, несмотря на различные подходы к определению данного термина, бюджетирование занимает основное место среди инструментов системы управленческого учета, целью которого является повышение эффективности работы предприятия. Бюджетирование – это технология финансового планирования, учета и контроля доходов и расходов, получаемых от бизнеса на всех уровнях управления, позволяющая анализировать прогнозируемые финансовые показатели и управлять с их помощью ресурсами (прежде всего финансовыми) как отдельного бизнеса, так и компании в целом.

Внедрение в организации системы бюджетирования призвано решить следующие задачи:

- повышение эффективности использования ресурсов организации;
- обеспечение координации деятельности и обеспечение взаимосвязи между интересами отдельных подразделений и организации в целом;
- прогнозирование, анализ, оценка различных вариантов хозяйственной деятельности организации и повышение обоснованности принимаемых управленческих решений;
- обеспечение финансовой устойчивости и улучшения финансового состояния организации;
- создание информационной базы управления по отклонениям от бюджета.

Бюджет – это количественное выражение планов деятельности и развития организации, координирующее и конкретизирующее в цифрах проекты руководителей. При этом возникает необходимость осознать место бюджетного управления в общей системе управления предприятием и его взаимосвязи с другими элементами. После составления бюджета, в зависимости от выбранного плана развития, становится ясно, какую прибыль получит организация [5, с. 80].

Составление бюджетов преследует следующие цели:

1. Разработка концепции ведения бизнеса:
 - планирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия на определенный период;
 - оптимизация затрат и прибыли предприятия;
 - координация – согласование деятельности различных подразделений предприятия.

2. Коммуникация – доведение планов до сведения руководителей различных уровней;
3. Мотивация руководителей на местах на достижение целей организации;
4. Контроль и оценка эффективности работы руководителей на местах путем сравнения фактических затрат с нормативом;
5. Выявление потребностей в денежных ресурсах и оптимизации финансовых потоков.

Иногда на практике процесс составления бюджетов может стать фактором, обуславливающим неэффективное распределение ресурсов компании. Традиционный процесс бюджетирования не всегда достаточно динамичен и зачастую превращается в рутинную ежегодную процедуру механического утверждения списка основных статей накладных расходов.

В качестве альтернативы традиционному подходу к бюджетированию западные корпорации предлагают методику «бюджетирования с нуля» (Zero-Based Budgeting – ZBB). Применение этого метода предполагает выполнение двух условий:

- 1) центры ответственности должны обосновать годовые бюджетные показатели «снизу вверх», не базируясь на данных прошлогоднего финансирования, а делая упор на достижении будущих целей и решении будущих задач;
- 2) при составлении бюджета пересмотру подвергается не только величина планируемых показателей, но и сама необходимость определенных видов деятельности или услуг.

Детальный анализ всех функций и выработка новых предложений может занять большое количество времени, поэтому методику бюджетирования с нуля предприятия чаще всего применяют выборочно, в отношении отдельных проектов или сфер деятельности, требующих повышенного внимания. В одних компаниях объектом применения системы ZBB выступают отдельные проекты или новые направления деятельности.

Кроме этого может возникнуть и другая причина ошибок в ходе бюджетного планирования. Основной из них является неверное установление ориентиров в результатах деятельности центров ответственности. Западная практика бюджетирования разработала один из возможных подходов к решению данной проблемы – применение целевого управления (Management by Objectives – MBO). Сущность метода заключается в следующем:

- 1) направление объединенных усилий руководства и персонала на достижение общих целей;
- 2) организация процесса бюджетного планирования в соответствии с приоритетами, установленными в процессе совместного обсуждения;
- 3) поощрение обсуждения менеджерами и персоналом основных целей организации и путей их достижения;
- 4) контроль за деятельностью подразделений, отвечающих за издержки.

Исходя из этого, MBO представляет собой концепцию, включающую в себя общекорпоративную систему мотивации, исполнения и контроля, способную стать для руководства компании действенным орудием борьбы против потерь

труда, ресурсов и времени, а также помочь в постановке целей при планировании бюджета. Успешное внедрение методов МВО зависит от трех основных факторов: наличия поддержки со стороны руководства компании, качества разработки системы, постоянного управления системой.

Кроме вышеуказанных методик, американским ученым Нортонум и Каплану принадлежит идея создания сбалансированной системы показателей (ССП), целью которой является увязка показателей в денежном выражении с операционными измерителями таких аспектов деятельности предприятия, как удовлетворенность клиента, внутрифирменные хозяйственные процессы, инновационная активность, меры, направленные на улучшение финансовых результатов [6, с. 261]. Таким образом, она призвана дать ответы на четыре важнейших для предприятия вопроса:

- как его оценивают клиенты (аспект клиента);
- какие процессы могут обеспечивать ему исключительное положение (внутрифирменный аспект);
- каким образом можно добиться дальнейшего улучшения положения (аспект инноваций и обучения);
- как оценивают предприятие акционеры (финансовый аспект).

Авторы предлагают рассматривать СПП как широкую управленческую систему – рамочную структуру процесса оперативного управления, который включает ряд subprocesses:

- перевод перспективных планов и стратегии в форму конкретных показателей оперативного управления;
- коммуникацию и переключение стратегии на более низкие уровни общефирменной иерархии с помощью разработанных показателей управления;
- превращение стратегии в планы, в том числе бюджетные;
- налаживание обратной связи для проверки гипотез и инициирования процессов обучения.

Внедрение рассматриваемой концепции предполагает широкую перестройку всего процесса внедрения организационной стратегии. В этой связи два следующих обстоятельства. Во-первых, применение СПП – процесс не разработки стратегии, а ее реализации, предполагающий наличие на предприятии уже четко сформулированной стратегии. Во-вторых, новую концепцию надо рассматривать не столько как СПП, сколько как всеохватывающую систему управления. При ее внедрении не следует также пытаться систематизировать в той или иной форме монетарные и немонетарные показатели. Авторы специально подчеркивают, что нацеленная на успех программа сбалансированных показателей должна начинаться с признания того факта, что это – не проект из области «мер и весов», а проект, рассчитанный на изменения. Таким образом, внедрение системы сбалансированных показателей позволяет обеспечивать комплексное и всестороннее управление организацией.

В настоящее время новые экономические условия, которые напрямую связаны с неопределенностью и риском потерь активов, привели к тому, что, помимо поиска наиболее эффективной системы бюджетирования, компаниям

нужна также гарантия достижения результата. Для решения этой проблемы необходим такой инструмент, как методология БОР – «Бюджет, ориентированный на результат». Основной задачей системы БОР является связать в единое целое управление экономичностью и результативность деятельности. Бор – это система управления бизнес-эффективностью предприятия. Результат работы в бизнесе – это произведенный продукт, и поэтому управленцы в бизнесе бьются над повышением результативности, от которой зависит итоговая эффективность [1, с. 81].

Именно в этом и заключается коренное отличие системы БОР от традиционной системы бюджетного управления, то есть она интегрирует традиционное бюджетирование как систему управления экономичностью с целевой воронкой как системой управления результативностью, что и обеспечивает достижение заданных ключевых показателей эффективности. Благодаря этому можно получить ответ на вопрос целевого расходования средств путем соответствия их не только бюджету, но и целям. Управляя достижением результата через целевую воронку, можно сделать расход бюджета целеориентированным. Тогда предприятие становится эффективным, так как оно и целей достигло (то есть результативно), и ресурсы на достижение целей израсходовало строго в рамках бюджета (то есть экономично) [1, с. 80].

Исходя из вышеизложенного, управление эффективностью требует наличие целей, работы по их достижению и ресурсов, которые будут потреблены в процессе выполнения этой работы. Система БОР и объединяет эти три составляющие.

Итак, БОР – трехзвенная система управления, где:

БЮДЖЕТ + РАБОТА = УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧНОСТЬЮ

И

РАБОТА + ЦЕЛЬ = УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ

Следовательно, традиционное бюджетирование, усиленное управлением результативностью, и превращается в бюджетирование, ориентированное на результат.

Таким образом, изучение и организация процесса бюджетирования на предприятии, в силу своей специфики, не имеет единой схемы. Успешность выбора форм и методов определяется по полученным результатам планируемой финансовой деятельности. И все же, несмотря на трудности, бюджетирование является реальным инструментом управления эффективностью бизнеса и достижения стратегических целей и задач.

Библиографический список

1. Битва за эффективность / А.В. Федосеев, Б.М. Карабанов; 1-е изд. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. – 288 с.
2. Добровольский Е., Карабанов Б., Боровков П., Глухов Е. Бюджетирование: шаг за шагом. – СПб.: Питер, 2006. – 448 с.
3. Карминский А.М., Оленев Н.И., Примак А.Г., Фалько С.Г. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. М., 1998.

4. Лихачева О.Н. Финансовое планирование на предприятии. М., 2003.
5. Стратегический управленческий учет: Полный курс МВА / М.А. Вахрушина, М.И. Сидорова, Л.И. Борисова. – М.: Рид Групп, 2011. – 192 с.
6. Юрьева Л.В., Илышева Н.Н., Караева А.В., Быстрова А.Н. Стратегический управленческий учет для бизнеса: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
7. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование: настольная книга по постановке финансового планирования. М., 1992.

УДК 338.4

ВЫБОР ПРОДУКТОВО-МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

О.Н. Верховцева

Ульяновский государственный технический университет

В статье представлены результаты анализа продуктово-маркетинговой деятельности компании. Сделаны выводы, на основании которых предложена продуктово-маркетинговая стратегия.

В современных условиях на долгое пребывание на рынке может рассчитывать лишь та организация, которая имеет точно и последовательно спланированную программу действий, другими словами, стратегию развития. Стратегия развития компании представляет собой широкое понятие, которое учитывает ряд аспектов деятельности предприятия. Одним из таких аспектов является маркетинговая деятельность, которая регулируется продуктово-маркетинговой стратегией организации.

Продуктово-маркетинговая стратегия – это подсистема стратегии организации, которая нацелена на анализ, разработку и принятие стратегических решений по номенклатуре, ассортименту, качеству и объему производства продуктов, а также реализации продуктов на соответствующих рынках [4, с. 63]. Данная стратегия представляет собой ключевой план действий, который способствует выживанию, существованию, росту и успеху организации на рынке. Реализация данной стратегии охватывает весь комплекс маркетинга и отдельное внимание уделяет продукту. Продукт – это совокупность благ, удовлетворяющих нужды [3, с. 129]. Потребитель приобретет продукт в силу того, что он обладает свойствами, которые важны для потребителя и которые совпадают с ожидаемой выгодой. Именно поэтому продуктовая маркетинговая стратегия занимает одно из главных мест в процессе обеспечения эффективной деятельности компании. Ключевая роль продуктово-маркетинговой стратегии вытекает из тезиса: маркетинг сегодня – это не функция, а способ делать бизнес [4, с. 63]. Рассмотрим анализ продуктово-маркетинговой стратегии на примере компании ООО «ЛИФТЭЛЕКТРОСЕРВИС».

ООО «ЛИФТЭЛЕКТРОСЕРВИС» представляет собой коммерческую организацию, которая занимается поставкой, монтажом, обслуживанием лифтового и подъемного оборудования. Данная компания существует на рынке значи-

тельный период времени и имеет определенный круг постоянных потребителей. Но в последнее время спрос на услуги и продукты компании стал падать, что объясняет необходимость проведения анализа продуктово-маркетинговой стратегии компании.

Для того чтобы проанализировать стратегию компании по отношению к продукту, необходимо составить классификаторы услуг и продуктов. Классификатор №1 будет включать в себя полный перечень продуктов и услуг компании, а классификатор №2 – группировку продуктов и услуг. Так как дальнейшая работа будет производиться со вторым классификатором, будет целесообразным привести его пример:

Таблица 1

Классификатор №2 – группировка услуг

Замена щитов купе кабины лифтов
Светодиодное освещение купе кабины лифтов
Восстановление деталей электродвигателей
Услуги по пуско-наладке и ремонту лифтов и оборудования
Изготовление элементов оборудования

Для того чтобы выбрать наиболее приоритетные услуги компании, необходимо провести ПМС-анализ, который позволит отследить приоритеты компании на протяжении нескольких лет и сделать прогноз на будущий период. Дальнейшая работа будет вестись с приоритетами 1.1., на которые будет направлен максимум ресурсов и усилий. Для компании ООО «ЛИФТЭЛЕКТРОСЕРВИС» были выделены следующие приоритеты 1.1.:

1. Замена щитов.
2. Светодиодное освещение.
3. Восстановление двигателей.
4. Комплексное обслуживание.
5. Модернизация.

Среди данных приоритетов необходимо выбрать один. Обоснованным выбором будет услуга модернизации, так как данное обслуживание уже включает в себя услуги, направленные на локальные области. Для выбранного приоритета необходимо составить жизненный цикл на основании данных компании, провести SNW-анализ в сравнении с главным конкурентом (Тольяттилифт) и сделать SWOT-анализ.

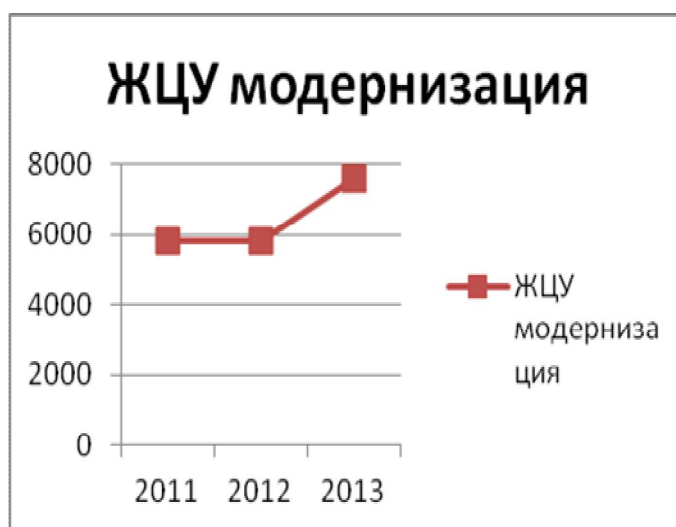


Рис. 1. Жизненный цикл модернизации

На основании SNW-анализа можно сделать вывод, что услуга отличается высоким качеством, профессионализмом персонала и инновационным подходом к решению проблем. Выбранный приоритет имеет отставание в доступности цены и маркетинговом подкреплении. В ходе SWOT-анализа неперекрытой осталась одна слабая сторона – отсутствие маркетинговой политики. Использование рекламы и иных стимулирующих или информационных мероприятий могли бы позволить компании расширить круг потребителей и создать положительный имидж компании. Таким образом, компании необходимо сконцентрировать свои усилия на приоритетных продуктах. Анализ показал, что они обладают конкурентоспособными преимуществами и могут быть реализованы в полном объеме. Также компании стоит задуматься над усовершенствованием услуг или над разработкой новой. Данная продукция будет реализована всем клиентам, которые соответствуют характеристикам потенциального потребителя. Что касается модернизации, то она будет более востребована в ряде районах города, так как тут устаревшего оборудования значительно больше.

В ходе анализа стало понятно, что необходима новая стратегия, так как компания не уделяет внимание маркетингу и делает акцент не на приоритетных продуктах, которые не пользуются спросом у потребителей. Компании необходимо выбрать стратегию захвата рынка за счет качества продукции. Это объясняется тем, что у компании есть ряд продуктов, которые отвечают потребностям потребителей. Кроме того, инновации и разработки на рынке услуг по обслуживанию лифтового оборудования очень важны, и, если сделать на этом акцент, можно получить хороший результат. Таким образом, необходимо выбрать стратегию, которая будет основываться на качестве продукции, инновационном подходе и профессионализме персонала.

Библиографический список

1. Акулич И.Л. Маркетинг. Учебник / И.П.Акулич – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн., 2002. 160 с.
2. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Разработка эффективной стратегии и структуры предприятия – практическая пошаговая методика [Текст] / А.М.

Жемчугов, М.К. Жемчугов // Проблемы экономики и менеджмента – 2013. – № 6 (22). – С. 15-21.

3. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. – Спб.: Питер, 2001. 749 с.

4. Попов С.А. Стратегический менеджмент. – М.: Юрайт, 2010.

5. Симкин Л., Дибб С. SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. – М.: Экономистъ, 2003 [Электронный ресурс] URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/swot.htm>.

ББК 65.290-2

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ НЕОБХОДИМОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОНТРОЛЛИНГА НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Е.А. Гвоздева

Рубцовский индустриальный институт

В современной экономической ситуации предприятия нуждаются в решении задач управления на качественно новом уровне. Необходимость разработки эффективных стратегических планов и программ, без которых невозможно дальнейшее развитие предприятия – с одной стороны, и необходимость быстрого реагирования на конъюнктуру рынка и быстро меняющуюся экономическую ситуацию – с другой стороны, требуют применения современных, прогрессивных подходов к управлению. К числу таких передовых подходов относят внедрение контроллинга.

Несмотря на то, что впервые интерес к контроллингу появился в России в самом начале 1990-х гг., именно в последние годы все чаще в теории и практике управления используется термин «контроллинг», растет число публикаций, посвященных данному понятию, готовят специалистов в области контроллинга и, наконец, в организационной структуре предприятий создаются специализированные подразделения контроллинга.

Выявление и изучение факторов, обуславливающих необходимость внедрения контроллинга на российских предприятиях, является целью данной работы.

Для разьяснения основополагающей идеи и необходимости контроллинга П. Хорват в книге «Концепция контроллинга» [3] предлагает рассмотреть следующие вопросы:

- На каких продуктах компания действительно зарабатывает деньги и куда деньги следует инвестировать?
- Как реализация отдельных мероприятий влияет на прибыль компании?
- Каково значение вашей прибыли согласно здравой экономической логике (т.е. без искажений, возникающих в системе налогового учета)?
- Своевременно вы узнаете о том, следуете вы запланированной траектории движения или отклонились от нее?
- Способны вы конкретизировать стратегию компании в виде системы результатов и мероприятий?

• Знаете ли вы факторы, влияющие на величину косвенных затрат компании?

Если руководитель компании однозначно отвечает «да» на все вопросы, то, как пишет П. Хорват, он «может спокойно закрыть эту книгу» [3, с. 20].

В отечественной экономической литературе немного работ, посвященных исследованию причин и предпосылок формирования системы контроллинга на российских предприятиях. Данный вопрос явился предметом изучения таких отечественных авторов, как А.М. Карминский, С.Г. Фалько, Е.А. Ананькина [1, 2].

Исследуя вопрос необходимости внедрения контроллинга, А.М. Карминский в своей статье [2] отмечает, что в целом потребность в контроллинге на отечественных предприятиях обусловлена потребностью в повышении эффективности деятельности за счет поиска внутренних резервов решения ряда традиционных проблем управления, таких как:

- ухудшение (или худшие) в сравнении с подобными предприятиями экономических показателей;
- появление новых или изменение целей в сложившихся условиях функционирования;
- отсутствие согласования целей;
- устаревшие методы планирования, калькуляции и анализа, не отвечающие современному этапу развития экономики;
- дублирование или отсутствие некоторых функций, наличие конфликтных ситуаций при их выполнении;
- сложная, многоступенчатая система подчинения, имеющая противоречия;
- несоответствие требованиям современных отечественных и зарубежных рынков по качеству исполнения, дизайну и другим потребительским свойствам;
- необоснованно большие запасы материалов на складе;
- устаревший парк основного оборудования и производственных средств;
- ограниченность исходной информации, предназначенной для принятия важных решений, и т.д. [2].

А.М. Карминский отмечает, что наличие одного или нескольких вышеперечисленных факторов может свидетельствовать о наличии предпосылок внедрения системы контроллинга по направлениям: организация, продукция, закупки, персонал, оборудование, система информационного обеспечения и отчетность.

К возможным проблемам в области «организации» указанный автор относит: плохое представление об организационной структуре предприятия абсолютного большинства работников, в том числе и руководителей предприятия; сложная, многоступенчатая система подчинения, имеющая противоречия; отсутствие четко определенных областей и уровней компетенции и ответственности руководителей; перегруженность отдельных подразделений; организация некоторых служб «под человека».

Сигналом о необходимости внедрения контроллинга по направлению «продукция», по мнению А.М. Карминского, могут служить: устаревшие модели и номенклатура продукции; несоответствие требованиям современных отечественных и зарубежных рынков по качеству исполнения, дизайну и другим потребительским свойствам; плохие перспективы выпускаемой продукции.

Проблемы по направлению «закупки» – низкое качество закупаемых материалов, отсутствие входного контроля; необоснованно большие запасы материалов на складе. По направлению «персонал» сигналом может служить: восприятие работы как повинности, отстраненность личных интересов сотрудников от результатов деятельности компании; неуверенность сотрудников в завтрашнем дне.

Особенно актуальным для ряда российских отраслей является направление «оборудование», в рамках которого А.М. Карминский выделяет такие проблемы, как устаревший парк основного оборудования и производственных средств; отсутствие системы планово-предупредительных ремонтов, ремонт при возникновении поломок или выходе из строя.

Необходимость контроллинга на российских предприятиях может также проявляться по направлению «система информационного обеспечения и отчетность», для которого частыми являются такие проблемы, как отсутствие в отчете пояснительной и аналитической части; заполнение документов вручную; ограниченность исходной информации, предназначенной для принятия важных решений; недостоверность информации; отсутствие или недостаточность компьютерной поддержки информационного обеспечения; отсутствие системы учета и расчета затрат по носителям и объектам [2].

Таким образом, А.М. Карминский необходимость внедрения контроллинга на отечественных предприятиях объясняет, прежде всего, внутренними проблемами управления, связанными с функционированием самого предприятия.

Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкина, в отличие от А.М. Карминского, появление на современных отечественных предприятиях такого феномена, как контроллинг, связывают в первую очередь с внешними причинами:

- повышение нестабильности внешней среды выдвигает дополнительные требования к системе управления предприятием, такие как смещение акцента с контроля прошлого на анализ будущего, увеличение скорости реакции на изменения внешней среды, повышение гибкости предприятия, необходимость в непрерывном отслеживании изменений происходящих во внешней и внутренней среде и др.;

- усложнение систем управления предприятием требует механизма координации внутри системы управления;

- информационный бум при недостатке релевантной информации требует построения специальной системы информационного обеспечения управления;

- общекультурное стремление к синтезу, интеграции различных областей знания и человеческой деятельности [1, с. 8].

В результате проведенного анализа можно сделать вывод о том, что необходимость построения контроллинга на отечественных предприятиях исследователи связывают с проблемами их функционирования. Обобщая и дополняя

исследования в области причин и предпосылок внедрения контроллинга, предлагаем систематизировать основные факторы, обуславливающие необходимость построения контроллинга на российских предприятиях.

Классификация факторов, обуславливающих необходимость построения контроллинга на отечественных предприятиях представлена на рис.1.

Таким образом, в представленной нами классификации факторы, обуславливающие необходимость внедрения контроллинга, разделены на факторы внешней и внутренней среды функционирования предприятия.

Факторы внешней среды функционирования предприятия характеризуют изменчивость рыночной конъюнктуры, а также нестабильность политической и экономической ситуации в стране.

Факторы внутренней среды функционирования предприятия (расчетные, экспертные) характеризуют эффективность действующей системы управления предприятия.

Расчетные факторы представлены системой показателей, отражающих результаты производственной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия в сравнении с ведущими предприятиями. Состав данного блока показателей определяется отраслевой принадлежностью предприятия и включает наиболее проблемные показатели предприятий отрасли. Их расчет может быть осуществлен на основе данных отчетности предприятия.

Экспертные факторы внутренней среды функционирования предприятия в большей степени субъективны, их оценка возможна только экспертным путем. Данный блок факторов отражает основные проблемы организации процесса управления, которые могут быть решены в результате эффективной реализации концепции контроллинга на предприятии. Прежде всего речь идет о необходимости внедрения долгосрочного планирования, количественного измерения поставленных целей, их согласованности. О неэффективной организации процесса управления также свидетельствует наличие дублирования функций, неиспользование современных методов управления и, как следствие вышеназванного, – высокая доля ошибочных управленческих решений. Более подробно вопрос оценки и анализа внутренних факторов функционирования предприятия освещен в работе [4].

В заключение хотелось бы отметить, что интерес к построению системы контроллинга на современном этапе развития проявляется не только со стороны отечественных предприятий, испытывающих определенные проблемы в управлении, но и со стороны вполне успешно функционирующих компаний. Это объясняется тем, что контроллинг сегодня все чаще позиционируется как фактор имиджа. Так или иначе, интерес к внедрению концепции контроллинга на отечественных предприятиях очевиден.

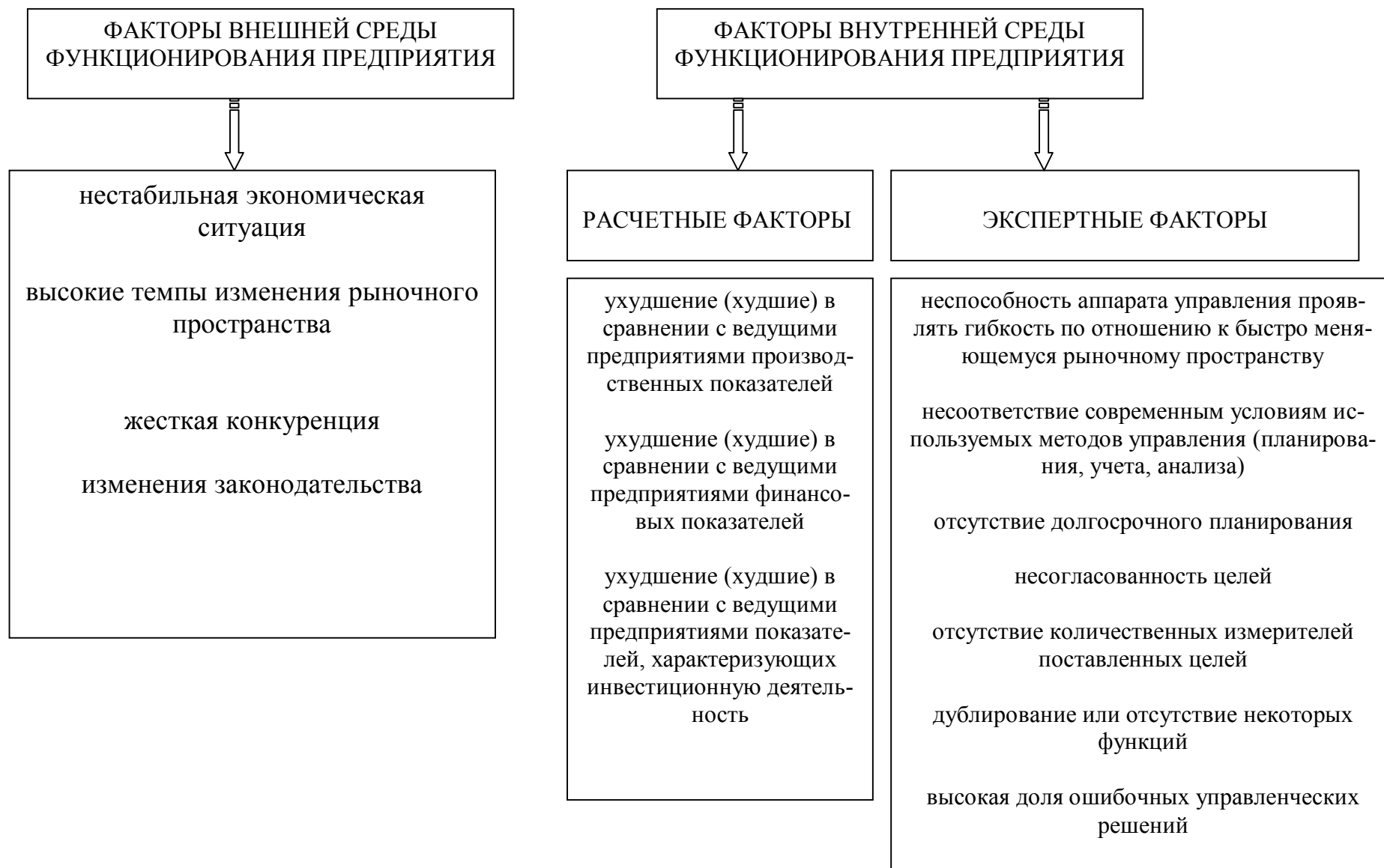


Рис. 1. Классификация факторов необходимости построения контроллинга на отечественных предприятиях

Библиографический список

1. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др.; Под ред. Н.Г. Данилочкиной. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2002. – 279 с.

2. Карминский А.М. Внедрение контроллинга в организации: этапы и типичные ошибки. 31 марта 2008 // [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения 25.02.2014)

3. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath & Partners; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.

4. Гвоздева Е.А. Методический подход к оценке целесообразности внедрения контроллинга на машиностроительном предприятии / Экономика и современный менеджмент: теория и практика / Сб. ст. по материалам XXXV междунар. науч.-практ. конф. №3 (35). Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014. –196 с.

ББК 65.305.2 – 861

РОЛЬ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О.И. Герман

Алтайский государственный университет, г. Барнаул

Новый уровень развития мировой экономики, обозначаемый термином «глобализация», характеризующийся высокой степенью конкуренции за ресурсы и рынки сбыта, обусловил дальнейшее развитие процессов вертикальной интеграции и появление крупных интегрированных структур. Особенно это справедливо для металлургической отрасли. Практически все крупнейшие мировые производители стали представляют собой вертикально-интегрированные структуры холдингового типа, которые проявляют активность на рынке слияний и поглощений для увеличения своих размеров с целью концентрации капитала, технического и ресурсного оснащения участников интегрированных объединений и снижения затрат.

Эффективность функционирования холдинговых компаний металлургической отрасли во многом зависит от нахождения эффективных способов согласования интересов участников в рамках совместной деятельности, формирования единой взаимоприемлемой стратегии поведения на товарных рынках, разработки документов, регламентирующих внутренние взаимоотношения, выбора оптимальных форм и методов руководства совместной деятельностью.

Н.В. Евстафьев выделяет пять уровней межфирменных взаимодействий: технико-технологический, информационный, экономический, личностный и юридический [1, с. 72].

В основе *технико-технологического взаимодействия* лежат производственные процессы. Каждый участник интеграции, относящийся к одному звену технологической цепочки и специализирующийся на определенном виде

производства, образует производственно-технологические связи с другими участниками. В условиях интеграции эти связи более прочные, чем в отношениях с поставщиками и покупателями при автономной деятельности. Предприятия – участники обычно согласовывают между собой технологии, интегрируют собственный бизнес – в единый и т.д.

Экономическое взаимодействие между партнерами по совместной деятельности обусловлено тем, что важна выгода, получение которой участники интеграции видят через сотрудничество между собой. Участниками в любом случае движут экономические интересы. Взаимодействие способствует получению большей эффективности, чем работа в одиночку.

Информационное взаимодействие проявляется в процессе обмена коммерческой информацией между участниками интеграции. Они обмениваются информацией о процессах, протекающих в компании, ее возможностях, проблемах.

Личностный уровень взаимодействия охватывает менеджеров различных уровней управления. Поскольку сотрудничество предприятий – это, в первую очередь, сотрудничество людей, межфирменные связи всегда приобретают межличностную окраску. От тесноты межличностных контактов во многом зависит успех деятельности предприятий.

Существование уровня юридических связей в механизме взаимодействия участников совместной деятельности определяется тем обстоятельством, что их отношения регламентируются нормами права.

Итак, предприятия – партнеры могут строить отношения между собой на разных уровнях. Эти взаимодействия не только не исключают, но и дополняют друг друга. Наиболее значимым уровнем, определяющим интенсивность и эффективность взаимодействия между предприятиями, сотрудничающими в рамках интегрированного объединения, по нашему мнению, выступают экономические взаимоотношения.

Следует отметить, что существует большое количество вариантов укрепления экономических связей между участниками интеграции, однако к наиболее эффективным можно отнести формирование вертикальных взаимодействий в рамках интегрированной структуры на основе механизма трансфертных цен.

Под трансфертными ценами понимаются промежуточные цены или цены полуфабрикатов одного из звеньев технологического цикла [2, с. 91]. Посредством трансфертного ценообразования решаются следующие задачи:

- регулируется спрос и предложение на товары и услуги участников интеграции и, следовательно, количество ресурсов, необходимых для этих товаров и услуг;
- создаются механизмы для повышения эффективности работы отдельных подразделений объединения и для роста прибыльности объединения в целом;
- осуществляется согласование интересов участников интеграции и др.

Практика доказала, что трансфертные цены способны активно влиять на экономическое развитие участников интегрированного образования в металлургической отрасли, поскольку благодаря иному механизму формирования

цен создаются условия для снижения затрат на производимую продукцию и получения дополнительных эффектов (см. об этом: [3]).

В статье [3, с. 270] подчеркивается, что особенно ярко роль трансфертного ценообразования проявляется в интеграционных схемах, включающих предприятия сырьевой направленности, продукция которых генерирует большую добавленную стоимость, поскольку цена на ресурсы задает экономические пропорции, которые через систему межотраслевых связей определяет структуру затрат по всей технологической цепочке и цену конечного продукта. Если цена высока, то все последующие звенья производственной цепи вынуждены снижать объемы закупок, что приведет к снижению объема производства, суммы совокупной прибыли и снижению конкурентоспособности.

В данном случае речь идет об ограничении извлечения прибыли из промежуточных стадий при производстве конечного продукта для того, чтобы потребитель на каждом последующем технологическом переделе сэкономил бы оборотные средства на приобретение сырья и тем самым получал возможность для наращивания объемов производства.

Проиллюстрируем формирование себестоимости конечной продукции вертикальной производственной цепочки, состоящей из 6 стадий (переделов) технологического процесса металлургического производства (рисунок 1), где C_1, C_2, C_3, C_4, C_5 – себестоимость промежуточного продукта соответствующего передела; C_6 – себестоимость конечного продукта; d_2, d_3, d_4, d_5 – добавленная стоимость на промежуточных производствах; d_6 – добавленная стоимость конечного продукта.

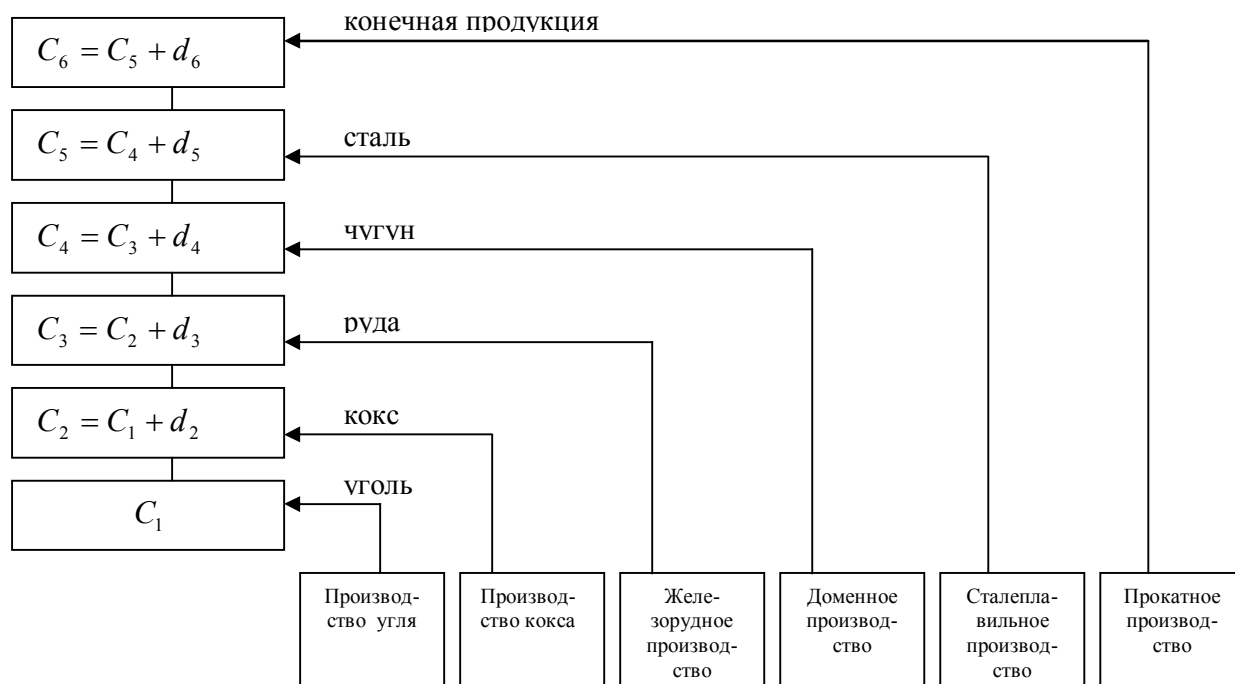


Рис. 1. Схема формирования себестоимости металлургической продукции в вертикальной цепочке

В рамках представленной интегрированной производственной цепочки себестоимость конечного продукта не будет включать нормы прибыли, закладываемые на каждом из предыдущих переделов. Конкретным инструментом, позволяющим осуществить взаиморасчеты между участниками на подобных принципах, являются трансфертные цены. При реализации такого подхода совокупные продажи холдинга могут значительно возрасти без существенного изменения совокупных затрат на исходные сырье и материалы.

Однако, несмотря на то, что трансфертные цены выступают перспективным инструментом межфирменных взаимодействий особенно для предприятий металлургической отрасли, существует ряд проблем, ограничивающих применение трансфертных цен в российской практике. В первую очередь, это связано с российским налоговым законодательством в отношении использования трансфертных цен.

При регулировании трансфертного ценообразования, прежде всего, речь идет о налогообложении прибыли транснациональных компаний, которые имеют коммерческое присутствие на территории нескольких налоговых юрисдикций [4, с. 4]. В настоящее время, не без основания, применение трансфертных цен внутри холдинговых структур признается основным каналом утечки бюджетных средств. Речь идет о предприятиях, входящих в состав холдинга, пользующихся различными налоговыми преимуществами, что способствует снижению налоговой нагрузки на холдинг в целом. Российское трансфертное регулирование до 2012 года было сосредоточено в одной статье НК РФ ст. 40, механизмы контроля не были проработаны [5]. Данное обстоятельство стало причиной принятия 18 июля 2011 г. ФЗ №227-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием налогообложения» [6]. Согласно внесенным изменениям, сделки, которые совершаются между взаимозависимыми лицами (к взаимозависимым лицам относят холдинговые структуры), подлежат контролю со стороны налоговых органов. Суть изменений состоит в том, что холдингам в соответствии с налоговым законодательством разрешается использовать механизм трансфертного ценообразования по ценам, которые не отклоняются от рыночных. Отклонение от рыночной цены может привести к дополнительным налоговым начислениям.

Введение в действие института консолидации и возможность создания консолидированной группы налогоплательщиков по налогу на прибыль позволяет использовать различные методы расчета трансфертных цен. Однако это только первый шаг на пути сближения интересов крупного бизнеса и государства. Необходима дальнейшая разработка соответствующей нормативно-правовой базы, которая должна учитывать особенности функционирования компаний, охватывающих весь технологический цикл по производству конечной продукции, что позволит создать предпосылки для эффективного развития и обеспечения конкурентоспособности российских металлургических компаний.

Итак, резюмируя вышесказанное, можно сказать, что благодаря использованию трансфертного ценообразования в качестве механизма взаимодействия

участников интегрированных объединений в металлургической отрасли возможно повышение эффективности деятельности участников по всей производственной цепочке и генерирование дополнительных экономических эффектов.

Библиографический список

1. Евстафьев, Н.В. Механизм устойчивого взаимодействия фирм в процессе совместной деятельности [Текст] / Н.В. Евстафьев // Ученые записки Казанского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2005. – №3; Т. 147. – С. 72-81.

2. Орлов, А. Трансфертные цены как условие экономического развития [Текст] / А. Орлов // Экономист. – 2009. – № 7. – С. 91 – 96.

3. Бочаров, С.Н. Методические аспекты оценки эффективности вертикальной интеграции [Текст] / С.Н. Бочаров, О.И. Герман // Вестник Алтайского государственного университета. – 2012. – № 2. – С. 269-275.

4. Непесов, К.А. Налоговые аспекты трансфертного ценообразования: сравнительный анализ опыта России и зарубежных стран [Текст]: науч. изд./ К.А. Непесов. – М.: Волтерс Клувер, 2007. – 288 с.

5. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая [Текст]: новая редакция: официальный текст по состоянию на 15 февраля 2002 года с изменениями и дополнениями. – М.: Экмос, 2002. – 448 с.

6. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием налогообложения [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 18 июля 2011 г. № 227-ФЗ. – Режим доступа: <http://www.glavbukh.ru/doc/4862>. – Дата обращения: 05.06.2013.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Е.В. Дирша

Рубцовский индустриальный институт

Термин «интегрированные системы управления предприятием» (ИСУП) в начале нынешнего десятилетия ввела в обиход аналитическая компания IDC вместо ранее использовавшегося в подобных исследованиях понятия ERP (Enterprise Resource Planning – планирование ресурсов предприятия). В основе ИСУП лежит принцип создания единого хранилища данных (репозитария), содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения бизнеса, в частности финансовую информацию, данные, связанные с производством, управлением персоналом, и любые другие данные. Наличие репозитария избавляет от необходимости передавать данные от приложения к приложению. Кроме того, любая часть информации, которой располагает данная организация, становится одновременно доступной для всех работников, обладающих соответствующими полномочиями.

Концепция ИСУП нашла широкое применение, поскольку планирование ресурсов позволяло сократить время выпуска продукции, снизить уровень то-

варно-материальных запасов, а также улучшить обратную связь с потребителем при одновременном сокращении административного аппарата. Все это позволило объединить все ресурсы предприятия и повысить эффективность управления ими. Исторически концепция ИСУП стала развитием более простых концепций MRP (Material Requirement Planning – планирование материальных потребностей) и MRP II (Manufacturing Resource Planning – планирование производственных ресурсов). Используемый в ИСУП программный инструментарий позволяет проводить производственное планирование, моделировать поток заказов и оценивать возможность их реализации в службах и подразделениях предприятия, увязывая его со сбытом.

Как правило, ИСУП включает следующие элементы:

- модель управления информационными потоками (ИП) на предприятии;
- аппаратно-техническая база и средства коммуникаций;
- СУБД, системное и обеспечивающее ПО;
- набор программных продуктов, автоматизирующих управление ИП;
- регламент использования и развития программных продуктов;
- IT-департамент и обеспечивающие службы;
- собственно пользователи программных продуктов.

К основным функциям ИСУП можно отнести:

- ведение конструкторских и технологических спецификаций, определяющих состав производимых изделий, а также материальные ресурсы и операции, необходимые для их изготовления;
- формирование планов продаж и производства;
- планирование потребностей в материалах и комплектующих, сроков и объёмов поставок для выполнения плана производства продукции;
- управление запасами и закупками: ведение договоров, реализация централизованных закупок, обеспечение учёта и оптимизации складских и цеховых запасов;
- планирование производственных мощностей от укрупнённого планирования до использования отдельных станков и оборудования;
- оперативное управление финансами, включая составление финансового плана и осуществление контроля его исполнения, финансовый и управленческий учёт;
- управления проектами, включая планирование этапов и ресурсов.

Накопленный опыт показывает, что этап выбора системы управления предприятием является одним из самых важных и руководство предприятия должно быть крайне заинтересовано в выборе правильного решения. Любой проект в области автоматизации должен рассматриваться предприятием как стратегическое вложение средств, которое должно окупиться за счет усовершенствования управленческих процессов, повышения эффективности производства, сокращения издержек и ставиться на один уровень с приобретением, например, новой производственной линии или строительством цеха. Классические ИСУП, в отличие от так называемого «коробочного» ПО, относятся к категории «тяжёлых» программных продуктов, требующих достаточно длитель-

ной настройки, для того чтобы начать ими пользоваться. Выбор ИСУП, приобретение и внедрение, как правило, требуют тщательного планирования в рамках длительного проекта с участием партнёрской компании – поставщика или консультанта. Поскольку ИСУП строятся по модульному принципу, заказчик часто (по крайней мере, на ранней стадии таких проектов) приобретает не полный спектр модулей, а ограниченный их комплект. В ходе внедрения проектная команда, как правило, в течение нескольких месяцев осуществляет настройку поставляемых модулей. Применение ИСУП позволяет использовать одну интегрированную программу вместо нескольких разрозненных. Единая система может управлять обработкой, логистикой, дистрибуцией, запасами, доставкой, выставлением счетов-фактур и бухгалтерским учётом [1].

Таким образом, ИСУП представляют собой набор интегрированных приложений, которые позволяют создать единую среду для автоматизации планирования, учета, контроля и анализа всех основных бизнес-операций в масштабе предприятия. Среди них можно выделить планирование производственных ресурсов, оперативное управление производственным планом, учет и анализ результатов деятельности и т.д. Все операции планирования и анализа подразделяются в ИСУП на отдельные функциональные модули: планирование ресурсов (финансовых, людских, материальных) для производства товаров или услуг, оперативный контроль за выполнением планов (снабжения, сбыта), выполнении договоров, все виды учета, анализ результатов хозяйственной деятельности. Вся информация хранится в единой базе данных, откуда она может быть в любое время получена по запросу.

В последние пять лет перед кризисом российский рынок ИСУП рос более высокими темпами, чем даже прогнозировали эксперты (фактический объем 2008 г. превышал пятилетнее предсказание IDC на 40%). На рынке четко обозначилась пятерка компаний-лидеров (в алфавитном порядке): 1С, Microsoft, Oracle, SAP и «Галактика». По данным исследования IDC (Russia Enterprise Application Software 2010-2014 Forecast and 2009 Vendor Shares), объём российского рынка интегрированных систем управления предприятием (ИСУП) в 2009 году составил 492,18 млн. долл., что соответствует снижению на 18,9% по сравнению с предыдущим годом. Эксперты полагают, что снижение было обусловлено, в первую очередь, кризисными явлениями в российской экономике, особенно в первой половине 2009 года. Сокращение ИТ-бюджетов крупных компаний привело к значительному уменьшению числа новых полномасштабных проектов по внедрению ИСУП. Существенно снизился спрос на решения ИСУП в сегменте малых и средних предприятий. Вместе с тем обширная база существующих клиентов, проекты по внедрению отдельных функциональных модулей, а также существенно возросший спрос на решения бизнес-аналитики со стороны крупных компаний позволили избежать значительного падения рынка ИСУП в условиях, когда российский рынок ИТ в целом сократился более чем на треть.

Лидером российского рынка ИСУП в 2009 году стала компания SAP, доля которой составила 50,1%. 1С и Oracle закончили год с 22,3% и 9,6% рынка и за-

няли второе и третье место соответственно. Microsoft Dynamics с 7,1% стала четвертой. Доля рынка Microsoft Dynamics отображена с учетом корректировки доходов компании на российском рынке ИСУП за 2008 год в соответствии с более точной информацией, полученной от поставщиков. Согласно корректировке, доля компании в 2008 году составила 6,9%. «Галактика», занявшая 3,9% рынка, замыкает пятёрку лидирующих поставщиков. Суммарная доля российских компаний в группе лидеров составила 26,2%, превысив аналогичные показатели предыдущего года. Ведущей отраслью для российского рынка ИСУП в 2009 году осталось непрерывное производство. Второе место, как и в предыдущем году, было за розничной торговлей. На третьем месте в списке наиболее прибыльных для поставщиков ИСУП отраслей осталось дискретное производство. На четвертой и пятой позициях – оптовая торговля и энергетика [1].

В начале 2010 года подразделение корпорации Microsoft в России представило результаты исследования уровня зрелости ИСУП-решений, используемых различными российскими компаниями. Исполнителем проекта выступала компания IDC. В ходе исследования были опрошены 50 бизнес-руководителей и 100 ИТ-руководителей из 120 компаний. Опрос проводился в наиболее показательном для российского рынка срезе компаний с годовым оборотом от 50 до 500 млн. долл. Региональная структура выборки: Москва – 52%, остальные регионы – 48%. Отраслевая структура выборки: розничная торговля – 22%, промышленное производство – 20%, производство продуктов питания – 15%, дистрибуция – 16%, транспорт – 14%, телекоммуникации и СМИ – 13%. Исследование показало, что среднее значение индекса зрелости ИСУП-рынка составило 55%. Наименьший результат оказался равен 20%, а наивысший – 95%. Только 38% компаний показали уровень индексов проникновения и эффективности выше средних значений. Еще у 24% компаний эффективность оказалась достаточно высока при низком уровне проникновения. Эффективность оставшихся 38% компаний была оценена как низкая, причем 15% компаний показали невысокие значения как индекса эффективности, так и индекса проникновения ИСУП. На практике это означает, что 62%, или почти двум третям, предприятий следует предпринять шаги, направленные на оптимизацию существующих бизнес-приложений. Невысокая степень реализации потенциала внедренных решений связана с тем, что многие предприятия относятся к внедрению ИСУП как техническим, а не бизнес-проектам, считают авторы исследования. Основной задачей проектов создания корпоративных систем управления по-прежнему остается автоматизация управления бухгалтерией, финансами, персоналом, расчётом заработной платы. Относительно немногие компании пытаются решать с помощью ИСУП стратегические проблемы. Такие задачи, как финансовый и стратегический анализ, бизнес-аналитика, управление проектами, оказываются в списке целей проектов внедрению ERP менее чем в половине случаев [2].

Недавний кризис в экономике России повысил значение эффективного управления и привлек еще большее внимание к интегрированным системам

управления предприятием (ИСУП). На российском рынке представлен целый ряд программных продуктов, претендующих на роль таких систем.

Босс - корпорация - система для крупных организаций. Разработана для автоматизации управления финансово-хозяйственной деятельности корпораций, производственных и торговых объединений на базе Oracle 7 Server.

1С: Предприятие (Компания 1С, Россия). Система "1С: Предприятие": комплексная конфигурация "Бухгалтерия; Торговля; Склад; Зарплата; Кадры" представляет собой универсальную программу - конструктор, которая позволяет вести учет в одной информационной базе от имени нескольких организаций.

БЭСТ (Интеллект-Сервис, Россия). БЭСТ – комплексная система, которая позволяет организовать бухгалтерский учет в полном объеме, учет основных фондов, материалов и МБП, рассчитывает заработную плату и имеет мощную аналитику. Торгово-складской модуль имеет связь с торгово-кассовым оборудованием. Кроме того, имеются модули для анализа финансово-хозяйственной деятельности и модуль проведения маркетингового анализа эффективности рекламы, рынков, товаров и конкурентов.

Парус (Компания "Парус", Россия). «Парус» – комплексная система, которая позволяет организовать бухгалтерский учет в полном объеме, учет основных фондов, материалов и МБП, рассчитывает заработную плату и имеет мощную аналитику. Кроме того, имеется модуль для анализа финансово-хозяйственной деятельности.

Инфин (Компания Инфин, Россия). «Инфин» – комплексная система, которая позволяет организовать бухгалтерский учет в полном объеме, включая учет основных фондов, материалов и МБП, рассчитывает заработную плату и имеет мощную аналитику. Торгово-складской модуль имеет связь с торгово-кассовым оборудованием. Кроме того, имеются модули для управленческого анализа [2].

Российский рынок программного обеспечения информационных систем управления предприятием (ИСУП) в 2012 году вырос на 9,5% – до 1,2 миллиарда долларов. Исследование охватывает приложения для управления ресурсами предприятия, цепочками поставок, операциями и производством, взаимоотношениями с клиентами, а также ПО доступа, анализа и доставки данных.

Более 95% рынка контролировали в 2012 году пять компаний: SAP, «1С», Oracle, Microsoft и «Галактика». Более 25% от общего годового объема продаж ПО ИСУП пришлось на сектор процессного производства. Продажи в секторе розничной торговли превысили 20% от общего объема рынка. Предприятия дискретного производства, организации коммунального хозяйства и распределения электроэнергии, финансовые компании также остаются ведущими потребителями на рынке ПО ИСУП.

По мнению аналитиков компании, объем российского рынка программного обеспечения информационных систем управления предприятием будет увеличиваться в течение ближайших пяти лет в среднем на 7,3% ежегодно, поддерживаемый спросом со стороны предприятий процессного производства и розничной торговли, а также на фоне ожидаемого роста интереса к ИСУП

со стороны государственного сектора, что является положительной тенденцией развития российских предприятий [2].

Библиографический список

1. Интегрированные системы управления предприятием: взгляд системного аналитика [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Валерий Чеботарев interface.ru 2013 – Режим доступа: <http://www.interface.ru/public/erp/erppcwk14.htm>;
2. Интегрированные системы управления предприятием [Электронный ресурс] – Электрон. дан. - Аналитика российского рынка ИТ bytemag.ru 2012 – Режим доступа: <http://www.bytemag.ru/articles/detail.php?ID=17787>;

УДК 658.14/17

ИЗ ТЕОРИИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАТРАТ И ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

А.Ж. Зейнуллина

Государственный университет имени Шакарима города Семей

Современный этап процесса развития Казахстана характеризуется усилением влияния рыночного сектора экономики, который в значительной степени определяет экономический потенциал страны. Центральное место в становлении и укреплении принципиально новых экономических и социальных отношений занимает предприятие как самостоятельный хозяйствующий субъект, производящий продукцию и представляющий ее как товар на рынке. Достижение стабильного успеха в этих условиях предполагает радикальные изменения сложившихся экономико-организационных форм хозяйствующих субъектов, глубокие преобразования концепций и инструментов их долгосрочного экономического развития и текущей деятельности. Одна из важнейших проблем становления эффективного менеджмента на отечественных предприятиях – текущее управление затратами с целью получения запланированных экономических выгод в сфере их деятельности. Уже многие годы эта проблема является «узким местом» на уровне предприятий и в отраслевом масштабе, что мотивирует необходимость в ее основательной теоретической и практической разработке. Развитие рыночно ориентированной экономики предприятия выдвигает перед отечественной наукой важнейшую задачу – теоретически обосновать и определить практические пути реализации принципиально новой схемы эффективного управления соотношением «затраты-выгоды», в основе которого лежит рыночная стратегия снижения себестоимости производимой продукции при полном ее соответствии стандартам качества.

Успех предпринимательской деятельности во многом предопределяется обоснованностью управленческих решений, генерируемых менеджментом предприятия. Однако в некоторых случаях решения, принимаемые руководством предприятия, не имеют должного экономического обоснования. Немногим предприятиям удастся продолжительно и эффективно работать на рынке:

одни разоряются, не выдерживая конкуренции, другие банкротятся, стремясь честно платить налоги и работая по правилам, установленным государством. Конечно, предприятие не может устранить подобного рода негативные объективные факторы, но оно должно противопоставить им свою стратегию и тактику. Руководители предприятия полагаются в основном на опыт, интуицию и свои организаторские способности, а также ориентируются в постановке бухгалтерского учета на необходимость представления отчетности в налоговые органы и соблюдения требований налогового законодательства. Эффективность работы отдельных сегментов бизнеса на предприятиях анализируется не всегда, если анализ деятельности отдельных структурных подразделений и проводится, то выполняется без учета современных методов экономического анализа, адекватных рыночной экономике. Устранить многие проблемы, как свидетельствует практика, может помочь управленческий анализ. Западная практика свидетельствует о необходимости интеграции всех функций управления – учета, анализа, планирования и контроля. В зарубежных предприятиях отсутствуют плановые отделы, работающие изолированно от бухгалтерских служб. Бухгалтерия берет на себя обязанности планового отдела и аналитической службы, а бухгалтеры выполняют плановые и прогнозные функции. Вся информация, необходимая для управления предприятием, готовится бухгалтерами. Связанная с этим профессиональная деятельность получила название «экзаунтинг», в основе которого лежит ведение бухгалтерского учета в соответствии с общепринятыми принципами, он не ограничивается только счетоводством, в нем велика доля плано-аналитической работы. Управленческий анализ является одной из составляющих бухгалтерского управленческого учета. Анализ передового зарубежного опыта эффективного управления предприятием показывает, что одним из наиболее результативных инструментов информационного обеспечения управления затратами является управленческий учет. Являясь мощной экономической информационной системой, этот эффективный механизм управляет текущими затратами с целью получения заранее спланированного объема выгод в сфере деятельности предприятия. Любому предприятию, функционирующему в рыночной среде, приходится самостоятельно отвечать на многие вопросы. Какой доход принесет бизнес? Какую продукцию производить и в каком количестве? Какой вклад в общий результат внесет каждый сегмент бизнеса? Во сколько обходится содержание аппарата управления? Каким должен быть маржинальный доход? Какова нижняя граница цены на отдельные виды продукции? Для целей проведения управленческого анализа зависимости «выпуск-результат» в первую очередь используется показатель нормы маржинального дохода, которая показывает, какое влияние на маржинальный доход оказывает изменение выручки от реализации продукции. Зная норму маржинального дохода, можно определить прибыль, ожидаемую от увеличения объема реализации продукции. Вопросы ценообразования и востребованности продукции взаимосвязаны. С одной стороны, необоснованное завышение цен неизбежно ведет к уменьшению объема продаж. С другой стороны, снижение объема производства продукции ведет к недоиспользованию имеющихся производ-

ственных возможностей предприятия, а следовательно, к удорожанию продукции. Гибкое ценообразование, предоставление рассрочек и использование системы скидок повышают спрос на продукцию, что в конечном счете положительно влияет на финансовые показатели деятельности предприятия. В современных условиях для любого предприятия остро возрастает необходимость ведения управленческого учета, чтобы бюджетировать, планировать, анализировать, контролировать деятельность и совершенствовать управленческую работу менеджеров. Рыночная экономика потребовала пересмотра многих концепций экономического развития, исходя из требований международных стандартов финансовой отчетности как необходимого условия выхода на международный рынок. Актуальность формирования управленческого учета обусловлена интеграцией Казахстана в мировое рыночное сообщество, а также предъявлением новых требований к организации управленческого учета как важного инструмента получения необходимой информации для принятия руководством правильных управленческих решений. Опыт развитых стран, опирающихся на требования международных стандартов финансовой отчетности, свидетельствует, что при принятии управленческих решений менеджеры все больше опираются на теорию и практику планирования, нормирования, бюджетирования, анализа, контроля и на информацию управленческого, оперативного, внутреннего учета – важной составляющей механизма управленческого учета. Целью управленческого учета является найти способы экономии в условиях постоянно нарастающего дефицита товарно-материальных запасов, снижения издержек производства и увеличения дохода для обеспечения конкурентоспособности фирмы, организации.

Большую роль в обосновании управленческих решений в бизнесе играет маржинальный анализ, методика которого базируется на изучении соотношения «издержки – объем производства продукции – прибыль». Данный метод управленческих расчетов называют анализом содействия доходу, основу которого составляет деление операционных затрат в зависимости от изменения объема деятельности предприятия на переменные и постоянные и использование предельных величин. Предельные величины показывают характер и скорость изменения средних удельных величин исследуемых показателей, которые в экономике начали исследоваться со второй половины 19 века с возникновением новой школы – маржинализма. В настоящее время вся экономическая школа западных стран строится на предельных и критических величинах объемов продаж, себестоимости, прибыли, цены, постоянных затрат и их оптимизации. Проведение маржинального анализа позволяет более точно исчислить влияние факторов и на этой основе более эффективно управлять процессом формирования и прогнозирования себестоимости продукции и финансовых результатов; определить критические уровни объема продаж, переменных затрат на единицу продукции, постоянных затрат, цены при заданной величине соответствующих факторов; установить зону безопасности предприятия; рассчитать необходимый объем продаж для получения заданной величины прибыли; более точно оценить эффективность производства отдельных видов продукции и эффектив-

ность работы отдельных сегментов предприятия; обосновать наиболее оптимальный вариант управленческих решений, касающихся изменения производственной мощности, ассортимента продукции, ценовой политики, вариантов оборудования, технологии производства с целью минимизации затрат и увеличения прибыли.

При этом необходимо соблюдение следующих условий: деление издержек на переменные и постоянные; изменение переменных издержек пропорционально объему производства продукции; отсутствие изменения постоянных издержек в пределах релевантного объема производства продукции, то есть в диапазоне деловой активности предприятия, который установлен исходя из производственной мощности предприятия и спроса на продукцию; тождество производства и реализации продукции в рамках рассматриваемого периода времени, потребность исчисления и использования показателя маржинального дохода. Методика маржинального анализа имеет очень большое значение в анализе, планировании и прогнозировании себестоимости продукции. Внедрение ее на отечественных предприятиях позволит более эффективно управлять процессом формирования себестоимости и финансовых результатов на микроуровне. Маржинальный доход – разность между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) и переменными затратами, приходящимися на реализованную продукцию. С помощью маржинального дохода можно правильное ранжировать отдельные виды продукции и отдельные сегменты предприятия по уровню рентабельности, который служит основой для определения безубыточного объема продаж по каждому виду продукции и в целом по предприятию, а также для обоснования оптимального варианта различного рода управленческих решений. Маржа покрытия на единицу продукции показывает вклад каждой дополнительно произведенной единицы продукции в общую сумму маржинального дохода, которая является источником покрытия постоянных расходов и генерирования прибыли. Сравнение маржинального дохода с суммой постоянных расходов предприятия отражает финансовый результат от операционной деятельности. Расчет влияния факторов показывает вклад каждого из них в формирование общей суммы маржи покрытия отчетного периода. Определение усеченной себестоимости по переменной части затрат и маржи покрытия по каждому виду продукции позволяет более правильно определить доходность каждого продукта и его вклад в генерирование общей маржи покрытия и прибыли предприятия по сравнению с традиционным методом калькулирования полной себестоимости продукции. При полном калькулировании себестоимости продукции, как правило, допускается значительное искажение ее уровня, поскольку очень трудно правильно выбрать базу распределения накладных расходов, в результате чего себестоимость одних видов продукции явно завышается, а других – занижается. Принятые на этой основе изменения в структурной политике могут оказаться ошибочными, то есть могут быть сняты с производства изделия, вносящего на самом деле значительный вклад в общий доход предприятия. Учитывая, что на сегодняшний день не существует идеальной базы для распределения накладных расходов, более объективная оценка

доходности отдельных видов продукции может быть получена на основе маржи покрытия. Показатель маржи покрытия в процентах к выручке является важным инструментом принятия решений. Если предприятие увеличит продажи продукции с более высокими значениями данного показателя, оно получит более высокую сумму покрытия, а соответственно, и более высокую сумму прибыли. Поэтому планирование производства и сбыта продукции должно ориентироваться именно на этот критерий с целью достижения оптимального финансового результата.

Методика маржинального анализа прибыли широко используется в западных странах. В отличие от традиционной методики анализа прибыли она позволяет более полно изучить взаимосвязи между показателями и точнее измерить влияние факторов. Большое значение имеет многоуровневый порядок расчета прибыли, когда постоянные затраты периода учитывают по местам их возникновения: для каждого вида продукции, общие для нескольких однородных видов продукции, общие для структурного подразделения и общие для предприятия в целом. Порядок многоступенчатого расчета маржи покрытия и конечного финансового результата представлен ниже:

1) маржа покрытия 1 = выручка (нетто) от реализации продукции (работ, услуг) – переменные затраты, отнесенные на конкретные виды продукции;

2) маржа покрытия 2 = маржа покрытия 1 – постоянные расходы, относящиеся к конкретным видам продукции;

3) маржа покрытия 3 = маржа покрытия 2 – постоянные расходы, относящиеся к нескольким видам продукции;

4) маржа покрытия 4 = маржа покрытия 3 – общие постоянные расходы структурного подразделения;

5) финансовый результат = маржа покрытия 4 – общие для предприятия постоянные расходы.

Такой порядок определения финансового результата показывает участие каждого центра затрат в формировании его величины, позволяет выявить и конкретизировать причины убытков, а также определить основные направления их снижения.

Преимущество методики маржинального анализа состоит в том, что при ее использовании учитывается взаимосвязь элементов модели, в результате определяется влияние объема продаж на изменение уровня рентабельности, что обеспечивает более точное исчисление влияния факторов и как следствие – более высокий уровень планирования и прогнозирования финансовых результатов. Кроме того, данная система учета и анализа ориентирована не на производство, а на реализацию. Эта методика побуждает изыскивать резервы увеличения объема продаж: чем больше объем продаж, тем меньше постоянных затрат, отнесенных прямо на финансовый результат, приходится на единицу реализованной продукции, тем больше прибыль и выше рентабельность.

На наш взгляд, использование методики маржинального анализа позволит получить более точные результаты расчетов и на этой основе выбрать более оптимальный вариант управленческого решения из имеющихся альтернатив.

Применение указанной методики в практической деятельности предприятия будет способствовать более эффективному управлению процессом формирования затрат и финансовых результатов.

Библиографический список

1. Ковалев А.П. Основы стоимостного анализа: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007.
2. Стажкова М.М. Управленческий учет: Краткий курс: Учебное пособие. – М. Академический проект, 2003.
3. Васильева Л.С. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2009.
4. Кукукина И.Г. Управленческий учет: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004.

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*А.К. Ибраева, Г.А. Курманбекова, Г.Д. Нурмадиева, И.С. Журтыбаева,
А.К. Омарова*

Государственный университет имени Шакарима, г. Семей

Организация управления финансами предприятий – комплекс мероприятий, направленных на своевременное и полноценное обеспечение компании финансовыми ресурсами и рациональное их использование. На конкретных предприятиях данная функция определяется следующими факторами: характером выпускаемого продукта или оказываемых услуг, работ, особенностей технологии и отрасли, масштабами бизнеса, формами собственности, наличием или отсутствием платежного календаря и др.

В условиях рыночной экономики управление финансами становится важнейшей задачей любого предприятия независимо от вида и масштабов его деятельности.

Финансовый менеджмент представляет собой процесс выработки цели управления финансами и осуществления воздействия на них с помощью методов и рычагов финансового механизма.

В настоящее время юридически и экономически самостоятельные предприятия (организации) действуют в условиях нестабильности и неопределенности и должны приспособливаться к быстро меняющимся условиям внешней среды, оперативно определяя собственную стратегию управления финансами. При этом количество и формулировка стратегических целей зависят от специфики деятельности конкретной организации.

Тем не менее, система стратегических целей, достижение которых служит признаком успешного управления финансами фирмы, может включать в себя следующие из них: а) избежание банкротства и крупных финансовых неудач организации; б) рост объемов производства и реализации; в) лидерство в борьбе с конкурентами; г) максимизация цены компании. Все эти цели связаны между собой, дополняют друг друга, но организации должны контролировать весь их

комплекс. При этом следует иметь в виду, что максимизация цены компании как наиболее обоснованный критерий эффективного управления ее финансами применима лишь в случае, когда на рынке капитала нет никаких ограничений и какой-либо дискриминации в установлении цен на ценные бумаги.

В процессе реализации своих стратегических целей финансовый менеджмент направлен на решение следующих основных задач:

- обеспечение сбалансированности движения материальных и денежных потоков;
- обеспечение формирования необходимого объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития организации в предстоящем периоде;
- эффективное использование финансовых ресурсов организации по всем направлениям ее деятельности;
- обеспечение эффективного управления денежным оборотом организации;
- достижение финансовой устойчивости и финансовой независимости организации;
- обеспечение необходимого уровня ликвидности организации;
- максимизация прибыли организации в предстоящем периоде и др.

Решение комплекса поставленных задач приводит к необходимости применения эффективных методов управления финансами предприятия. Конкретные формы и методы реализации названных функций определяются финансовой политикой предприятия, основными элементами которой выступают учетная политика, кредитная политика, политика управления денежными средствами, политика в отношении управления издержками, дивидендная политика, ценовая политика, инвестиционная политика, налоговая политика и т. п.

Проблемами регулирования финансовых процессов на предприятии занимается финансовый отдел или финансовый менеджер.

Финансовый менеджмент направлен на увеличение финансовых ресурсов, инвестиций и наращивание объема капитала. Его можно представить следующей схемой:



Рис. 1. Общая схема финансового менеджмента

Финансовые инструменты – любые контракты, по которым происходит одновременное увеличение финансовых активов одного предприятия и финансовых обязательств долгового или долевого характера другого предприятия.

Виды финансовых инструментов:

– *Первичные* – кредиты, займы, облигации, другие долговые и долевыми ценные бумаги, кредиторская и дебиторская задолженность по текущим операциям.

– *Вторичные* или *производные* (деривативы) – финансовые опционы, фьючерсы, форвардные контракты, процентные и валютные свопы.

Система управления финансами на предприятии осуществляется посредством использования многообразных методов, инструментов, технического, информационного и нормативного обеспечения.

Методы финансового управления многообразны. Основными из них являются: прогнозирование, планирование, налогообложение, страхование, самофинансирование, кредитование, система расчетов, система финансовой помощи, система финансовых санкций, система амортизационных отчислений, система стимулирования, принципы ценообразования, трастовые операции, залоговые операции, трансфертные операции, факторинг, аренда, лизинг. Составным элементом приведенных методов являются специальные приемы финансового управления: кредиты, займы, процентные ставки, дивиденды, котировка валютных курсов, акциз, дисконт и др. Основу информационного обеспечения системы финансового управления составляет любая информация финансового характера: бухгалтерская отчетность; сообщения финансовых органов; информация учреждений банковской системы; информация товарных, фондовых и валютных бирж; прочая информация [1].

Техническое обеспечение системы финансового управления является самостоятельным и весьма важным ее элементом. Многие современные системы, основанные на безбумажной технологии (межбанковские расчеты, взаимозачеты, расчеты с помощью кредитных карточек и др.), невозможны без применения сетей ЭВМ, персональных компьютеров, функциональных пакетов прикладных программ. Функционирование любой системы финансового управления осуществляется в рамках действующего правового и нормативного обеспечения. Сюда относятся: законы, указы Президента, постановления правительства, приказы и распоряжения министерств и ведомств, лицензии, уставные документы, нормы, инструкции, методические указания и др.

Основные инструменты: денежные средства, ценные бумаги, паи, облигации, фьючерсы, валютные свопы и т.д.

Информационное обеспечение: бухгалтерская отчетность, сообщения финансовых органов, информация учреждений банковской системы, товарных, фондовых и валютных бирж и т.д.

Правовое и нормативное обеспечение системы управления финансами – это действующие законы в стране, указы Президента, постановления правительства, приказы и распоряжения министерств и т.д.

Совершенствование управления в сфере финансов направлено на обеспечение максимальной прозрачности финансового состояния и движения финансовых ресурсов для руководства, а также выработку наиболее выгодных вариантов финансового планирования, оперативного учета фактической информации, контроль отклонений от плана.

Проводится комплекс мероприятий, который преследует следующие цели:

- Улучшение финансового положения;
- Исключение вероятности финансовых проблем и банкротства компании;
- Увеличение объемов производства и реализации;
- Лидирующие позиции в борьбе с конкурентами;
- Максимизация цен компании.

Все эти цели взаимосвязаны и являются дополнением друг друга, но задача каждого предприятия – контролировать их все комплексно.

Так, только эффективное использование всех инструментов и методов управления финансами позволяет эффективно решать стратегические задачи предприятия:

- улучшение финансового положения, избежание банкротства и финансовых неудач;
- рост объемов производства и реализации продукции;
- лидерство в борьбе с конкурентами (с точки зрения финансиста, конкурентоспособность выражается показателем рентабельности капитала, т.е. прибыли на единицу капитала);
- максимизация цены компании.

Таким образом, управление финансами предприятия предполагает контроль за основными характеристиками баланса: долгосрочными и краткосрочными инвестициями, долгосрочными и краткосрочными источниками финансирования во взаимосвязи с текущей деятельностью и перспективами развития предприятия.

Библиографический список

1. Бланк И.Л. Финансовый менеджмент: Учеб. курс. Киев: Ника-Центр: Эльга, 2010.
2. Бригхэм Ю., ГапенскиЛ. Финансовый менеджмент. Полный курс: В 2 т. / Пер. с англ. под ред. В.В. Ковалева. СПб.: СПбГУЭиФ: Экономическая школа, 2007.
3. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятий: Пер. с англ. М.: Прогресс, 2009.
4. Финансовый менеджмент: Учебник / Под ред. Г.Б. Поляка. М.: Финансы: ЮНИТИ, 2010.
5. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: Финансы и статистика, 2001.

6. Ахметов Д.К. Приоритеты индустриальной стратегии Казахстана // Стратегия и приоритеты экономической политики современной России. – М.: Институт экономики РАН, 2003.

7. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / Под ред. Н.Ф. Самсонова. – М.: ИНФРА-М, 2003, с. 41

ББК 65.290-2

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОМУ ТИПУ РАСШИРЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

Е.В. Касаткина

*Нижевартовский экономико-правовой институт (филиал) ФГБОУ ВПО
«Тюменский государственный университет»*

Важность инновационной деятельности как определяющего фактора расширенного воспроизводства и экономического роста РФ признана органами государственной власти. В связи с этим в Концепции долгосрочного социально-экономического развития страны до 2020 года говорится о переходе российской экономики от экспортно-сырьевого к инновационному типу развития.

Все большее количество российских предприятий также осознают огромную роль инноваций в успешной организации своей деятельности, завоевании новых рынков сбыта, усилении конкурентных преимуществ. Предприятия стараются в силу своих возможностей обновлять основные фонды, внедряя новые технологии в производство, выпускать новые виды продукции, расширять перечень предоставляемых услуг, повышая их качество.

Экономический потенциал большинства хозяйствующих субъектов в значительной мере определяется темпами и масштабами осуществления инновационной деятельности, которая позволяет своевременно и быстро реагировать на быстроизменяющиеся условия конкурентной среды за счет использования разнообразных нововведений, обеспечивая более качественное и полное удовлетворения нужд рынка.

Принципиальные отличия инновационной деятельности предприятия заключаются в том, что оценка текущего состояния предприятия, в том числе и техники и технологии, строится на выявлении условий успеха на основании прошлого опыта и сложившихся тенденций.

Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции, совершенствование технологии их производства с последующим внедрением и эффективной реализацией.

Инновационная деятельность содержит в себе не только инновационный процесс эволюционного превращения нового знания в новые виды продуктов, технологий и услуг, но и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских качеств, конкурентной среды. А также комплекс технологических, управленческих и организационно-экономических мероприятий, ко-

торые в своей совокупности приводят к инновациям, новому подходу к информационным, консалтинговым и другим видам услуг. Именно это и определяет важное значение исследуемой проблемы.

Но осознание значимости данной проблемы как со стороны государства, так и отдельных субъектов хозяйствования не означает ее безусловного и немедленного решения.

Переход на инновационный путь развития экономики тесно связан с выбором направлений активизации инновационной деятельности и методов стимулирования технологических изменений в реальном секторе экономики на основе нахождения баланса между рациональными потребностями в современных технологиях и имеющимися заделами в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Между тем, несмотря на наличие в научно-технической сфере значительных результатов в области фундаментальных и прикладных исследований, высококвалифицированных научных кадров, в стране отмечается крайне низкий уровень инновационной активности.

Так, число организаций, выполняющих исследования и разработки, за период с 2000 года по 2012 год сократилось на 13,1% (с 4099 организаций до 3566). Причем эти изменения произошли, прежде всего, за счет сокращения организаций предпринимательского сектора деятельности, их число за исследуемый период снизилось на 40,3% (с 2278 организаций до 1362), тогда как увеличилось число исследовательских организаций государственного сектора (на 17,6%), организаций высшего профессионального образования (на 25,5%), некоммерческих организаций (на 60,4%).

Удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации, в общем числе организаций составил в 2012 году 11,1%, что только на 2,6% больше, чем в 2001 году.

Низкая инновационная активность отечественных предприятий характерна для целого ряда видов экономической деятельности. В частности, в 2012 году показатель уровня инновационной активности организаций промышленности составил: в добыче полезных ископаемых (в целом) – 9,9%, что выше на 0,7% по сравнению с 2000 годом (10,6% в 2000 г.), в том числе: в добыче топливно-энергетических полезных ископаемых – 8,3% (10,8% в 2000 г.); в обработке древесины – 4,7% (3,5% в 2000 г.); в целлюлозно-бумажном производстве – 8% (6,0% в 2000 г.); в металлургическом производстве и производстве готовых металлических изделий – 13,9% (13,2% в 2000 г.); в производстве машин и оборудования – 14,8% (20,3% в 2000 г.); в производстве и распределении электроэнергии, газа и воды – 4,9% (4,7% в 2000 г.) и т.д.

Столь низкий уровень инновационной активности в большинстве организаций промышленности является существенным тормозом их развития.

Сравнение с развитыми странами свидетельствует о значительном отставании России. Величина показателя уровня инновационной активности в среднем по странам Европейского союза достигает 47%.

Анализ структуры инновационной деятельности по видам экономической и инновационной деятельности показывает, что основным направлением инно-

вационной деятельности значительной части организаций является технологическая подготовка и опытное производство. При этом в среднем по стране новые технологии приобретают не более 20,0% инновационно-активных организаций и менее 10% от их общего количества реализуют инновационные проекты с целью модернизации собственного производства.

Современный этап развития мировой экономики характеризуется важным ускорением темпов научно-технического прогресса, который обуславливает постоянные изменения в структуре и динамике общественных нужд и, как следствие, заостряет конкуренцию в предложении новых товаров и услуг, а также улучшении их качественных характеристик.

Поэтому развитие инновационной сферы, через которую продвигаются в производство достижения научно-технического прогресса, является особенно актуальной областью, которая нуждается в серьезном внимании со стороны государственных органов власти, отраслевых органов управления и других субъектов хозяйствования, которые принимают участие в инновационных процессах.

Из вышеизложенного можно заключить, что современные тенденции развития инновационной деятельности в РФ далеко не в полной мере отвечают ожиданиям, связанным с формированием экономики инновационного типа, обеспечением устойчивого экономического роста. Пока рано говорить о технологических прорывах в промышленности, интенсивном освоении результатов исследований и разработок. Восприимчивость бизнеса к нововведениям, особенно технологического характера, остается низкой.

Влияние инноваций на экономику страны пока остается слабой. В свою очередь, макроэкономическая ситуация и институциональная среда сдерживают инновационную активность предприятий. Ее низкий уровень характерен для всех видов экономической деятельности – промышленного производства (включая малое предпринимательство) и сферы услуг, – как и для всех типов инноваций – технологических, организационных, маркетинговых. Приоритеты инновационной деятельности промышленных предприятий неуклонно смещаются от интеллектуальной составляющей инновационного процесса в сторону его внедренческих стадий: для большинства предприятий инновации начинаются и заканчиваются приобретением нового оборудования, производственным проектированием и технологической подготовкой производства. Предприятия почти всех отраслей предпочитают прочим видам инноваций закупки овестьственных технологий, т.е. машин и оборудования. Их мотивы связаны, как правило, со стремлением в кратчайшие сроки обновить материально-техническую базу, повысить технологический уровень производства.

В долгосрочной перспективе такая динамика может привести к снижению качества и уровня нововведений, то есть к замедлению темпов инновационной активности.

Одной из важнейших проблем в инновационной деятельности предприятий является проблема управления. Квалификация менеджера, руководителя становится важнейшим фактором обеспечения эффективности инновационного

процесса. В этой ситуации от менеджера требуется владение всем набором инструментов управления. В инновационной деятельности, как и в других сферах бизнеса, наблюдается значительный дефицит квалифицированных управленцев, который усугубляется тем, что инновационный бизнес не способен пока нанимать действительно квалифицированных менеджеров. В инновационной деятельности предприятий пока слабо используются современные управленческие технологии. Причиной этого является как высокая сложность современных технологий управления, так и то, что для восприятия и практического использования этих технологий принципиально недостаточно полученных знаний.

Научный интерес представляет высказывание известного теоретика инноватики Б. Твисса, который подчеркивает, что «проблема не только в самих нововведениях как таковых, но скорее в эффективном, ориентированном на прибыль управлении научно-техническими нововведениями» [5].

В отличие от чисто финансовых проектов, в инновационных проектах имеется большое число хорошо управляемых факторов (рычагов), способных принципиально изменить инвестиционную привлекательность проекта в лучшую сторону: способы управления, квалификация персонала, опыт менеджера. Именно по этой причине результативность инновационной деятельности во многом зависит от того, кто управляет. Таким образом, проблема управления в инновационной деятельности становится ключевой.

Еще одной важной проблемой, сдерживающей инновационное развитие предприятий, являются недостаток денежных средств, высокая стоимость нововведений, отсутствие господдержки и экономические риски, связанные с инновациями. Следует обратить внимание, что такие факторы, как спрос, инфраструктура, проблемы с интеллектуальной собственностью и кооперация, редко оцениваются предпринимателями как важные или решающие, хотя именно на эти барьеры ориентируются многие меры современной государственной инновационной политики.

В последние годы в России уделяется большое внимание разработке новых форм и методов государственного регулирования, включая финансирование науки и инноваций через венчуры, систему государственных корпораций и др. По всем этим направлениям, безусловно, наблюдается некоторый прогресс. Однако сохраняется целый ряд существенных проблем инновационного развития, которым пока не уделяется достаточного внимания со стороны государства.

В заключение можно выделить ряд основных проблем, сдерживающих рост инновационной активности российских предприятий:

1. Отсутствие действующего законодательства, регулирующего ведение инновационной деятельности на предприятии. Это является причиной многих споров и непонимания, возникающих между правительством, учеными и предприятиями по поводу как самого понятия инновационного развития, так и определений инновационной продукции, инновационного процесса и т.п.

2. Ограниченность финансирования инновационной деятельности предприятий, высокий уровень управленческих расходов.

3. Отсутствие у российских предприятий современной базы для внедрения разработок. Многие промышленные предприятия характеризуются высокой ресурсоемкостью и энергоемкостью производства, что усугубляется высоким уровнем износа производственного аппарата, устареванием кадров.

4. Наличие феномена сопротивления инновациям.

5. Отсутствие кадров, которые обладают способностью эффективно руководить инновационным процессом.

6. Трудности в проведении маркетинговых исследований инновационных продуктов.

Библиографический список

1. Бекетов Н.В. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России // Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2008. – № 26.

2. Проблемы управления инновационным развитием предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа:

http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67377.doc.htm

3. Российский статистический ежегодник. 2013: Стат.сб./Росстат. – М., 2013.

4. Сайфуллина С.Ф. Проблемы инновационного развития российских предприятий // Успехи современного естествознания. – 2010. – № 3 – С. 171-173.

5. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2008.

ББК 65.9(2)21

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ж.М. Козлова

*ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова»*

Проблема маркетинга образовательных услуг является на данный момент острой в связи с конкуренцией на рынке. Вузам необходимы новые маркетинговые механизмы для выживания в постоянно меняющихся требованиях экономики.

Ситуация на отечественном рынке образовательных услуг становится все более напряженной. Это порождает проблему поиска новых источников повышения конкурентоспособности вуза. Для выживания в постоянно усложняющейся конкурентной среде вузам необходимы новые и более совершенные маркетинговые механизмы, направленные на повышение их конкурентоспособности. Решение задачи повышения конкурентоспособности вуза в условиях ужесточения рыночной среды и постоянно изменяющихся требований экономики требует повышенного внимания к проблеме поиска конкурентных преимуществ и обуславливает разработку методических рекомендаций для улучшения механизмов управления знаниями в вузе на основе комплексной оценки его потенциала.

Для развития и стабилизации положения на рынке образовательных услуг необходимо четко определить идею образовательной деятельности и целевых потребителей. Основными потребителями образовательных учреждений являются: студенты, общество, работодатели.

В связи с этим необходима всесторонняя оценка удовлетворенности всех групп потребителей, то есть концептуальный маркетинговый подход.

По определению Ф. Котлера и К.Ф.А. Фоке, под маркетингом образовательных услуг понимается «исследование, планирование, осуществление и контроль за тщательно сформулированными программами, задуманными, чтобы вызвать добровольный обмен ценностями с целевыми рынками с целью достижения стремлений учебных заведений» [1]. Для учебных заведений – это разработка, реализация и оценка образовательных программ путем установления отношений обмена между образовательными учреждениями и их клиентами с целью гармонизации интересов.

Маркетинг образовательных услуг характеризуется следующими особенностями:

- наличием большого числа участников маркетинговых отношений;
- многозначностью целей;
- оказание услуг сопровождается удобными и нужными предпродажными и послепродажными дополнительными услугами. В данном случае речь идет о дополнительных образовательных услугах, в частности, проведение тестирования, имеющего профориентационную направленность, осуществление различных форм довузовской подготовки. Послепродажные дополнительные услуги подразумевают прежде всего предоставление возможности трудоустройства, что в условиях переизбытка определенных специалистов на рынке труда имеет большое значение.
- высокая стоимость;
- относительная длительность оказания;
- отсроченность выявления результативности;
- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;
- зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных обучающихся;
- необходимость лицензирования (п. 6 ст. 33 Закона РФ «Об образовании» гласит: «Право на ведение образовательной деятельности ... возникает у образовательного учреждения с момента выдачи ему лицензии (разрешения)»).
- относительно молодой возраст потребителей образовательных услуг и другие.

В настоящее время как на рынке образовательных услуг, так и на рынке других услуг отчетливо стала проявляться тенденция – максимально соответствовать запросам заказчика. При этом конкурирующие фирмы и организации стараются прогнозировать возможные изменения потребностей заказчиков с тем, чтобы в дальнейшем удовлетворить их. Это сделать непросто, потому что, как отмечает известный американский маркетолог Дж.О. Шонесси, «в области «бизнес для бизнеса» периодически появляются специфические

проблемы, возникающие из его определенных свойств, но все рынки несколько различаются, и всегда есть опасность применения стандартных решений, когда стандартных условий нет в наличии». Выработке нестандартных решений способствует проведение маркетинговых исследований. Прежде чем приступить к определению стратегии развития учебного заведения, необходимо проанализировать ситуацию, имеющую место на настоящий момент. При этом учебное заведение определяет свои специфические, связанные с маркетингом проблемы, которые стоят перед ним. Выявление проблем является важным этапом в маркетинговой деятельности, поскольку именно этот этап позволяет приступить к планированию маркетинга.

Основными объектами исследований в маркетинге образовательных услуг являются: анализ спроса и предложения; границы рынка и его сегментов, их емкость, в том числе по количеству потенциальных обучающихся и с учетом длительности оказания образовательных услуг; внешняя и внутренняя маркетинговые среды; конъюнктура образовательных услуг на данном рынке и его сегментах; конкурентоспособность образовательных услуг; поведение действующих на рынке образовательных услуг поставщиков и посредников, реальных и потенциальных потребителей и конкурентов; возможные стратегии маркетинга, различные варианты решения конкретных маркетинговых проблем.

Образовательные услуги часто дополняются сопутствующими услугами, передачей материальных или материализованных продуктов, обладателями или производителями которых выступают учебные заведения. Это информационные, консультационные, экспертные, аренда техники, приборов и оборудования, каналов связи, а также помещений и территорий, в т.ч. – для научных парков, как например, при МГУ.

Вместе с образовательными услугами реализуется интеллектуальная собственность работников образовательных учреждений – изобретения, патенты, программы исследований, обучения и практических работ, другие инновационные услуги и продукты, а также товарная символика производителей подобных услуг – наименования, логотипы, товарные знаки и т.п.

Выделим проблемы, решение которых прямо определяет свойства и параметры образовательных услуг:

1. Цели обучения и адекватное им соотношение между общекультурными, фундаментальными и специальными знаниями.

2. Тип образовательного учреждения, с учетом места его расположения.

3. Характеристики персонала, оказывающего образовательные услуги.

Чтобы определить сущность маркетинга в сфере образования и определить, как она проявляется на рынке образовательных услуг, необходимо проанализировать обширный комплекс его элементов и аспектов.

Реальными участниками маркетинговых отношений в сфере образования являются не только образовательные учреждения, но и потребители, широкие круги посредников, а также общественные институты и структуры, причастные к продвижению образовательных услуг на рынке.

Маркетинг в сфере образования взаимодействует со всеми объектами образовательных услуг. Для учащихся немаловажно, где расположено образовательное учреждение и какими возможностями для их проживания оно располагает, в данной ситуации особую и однозначную роль играет такой объект маркетинга образовательных услуг, как территория.

В свою очередь можно проследить и такую проблему, которая заключается в следующем: во многих вузах где преподают маркетинг, этот маркетинг очень редко используется для непосредственного совершенства маркетинга образовательных услуг. Это проблема непонятно чем вызвана, либо она вызвана тем, что руководящий состав не готов или не хочет выделять специальную группу занимающаяся отдельно маркетингом образовательных услуг данного учебного заведения, или все-таки в большинстве случаев учебным заведениям не закладывают в бюджет расходы на данные исследования, что в большинстве случаев вероятнее всего.

Центральное место в процессе маркетинга образовательных услуг занимает разработка комплекса маркетинга. Он включает в себя: услуги как товар, цену услуги, каналы распределения услуг и систему продвижения услуг на рынок.

Выделяют четыре уровня услуги – товара:

1) услуга – основной продукт, т.е. комбинация различных услуг, решающая проблемы клиента;

2) услуги – сопутствующие товары, т.е. услуги, необходимые потребителям для того, чтобы использовать основной продукт;

3) услуги – дополнительные товары, которые поддерживают основной товар, придают ему дополнительную пользу и помогают отличить от конкурирующих с ним;

4) услуга как товар в расширенном толковании включает в себя доступность основных, сопутствующих и дополнительных товаров и услуг, участие потребителей в процессе обслуживания и взаимодействия клиентов друг с другом.

Разработка услуги как элемента комплекса маркетинга услуг – это чаще всего разработка новой услуги, а в более широком смысле – нового продукта.

Процесс разработки новой услуги включает:

1. Генерирование идей. При этом следует иметь в виду, что главными источниками идей новых услуг являются сотрудники учреждения, потребители, конкуренты, дистрибьюторы и поставщики.

2. Отбор идей. Главная цель такого отбора – найти хорошие идеи и как можно скорее избавиться от плохих.

3. Разработка и проверка концепции новой услуги. При этом следует различать идею, концепцию и имидж услуги. Идея продукта – представление о продукте, который менеджеры учреждения могли бы предложить рынку. Концепцией продукта является пробная версия идеи, выраженная в значимых потребительских терминах. Имидж продукта представляет собой восприятие потребителями фактической или потенциальной услуги.

4. Разработка стратегии маркетинга. Обычно она состоит из трех частей. Первая часть описывает целевой рынок, планируемую позицию продукта, объем сбыта, долю рынка и целевую прибыль. Вторая очерчивает планируемую цену продукта, систему его распределения и маркетинговый бюджет. Третья включает планируемые долгосрочные показатели объемов сбыта, прибылей и стратегии комплекса маркетинга - маркетинг-микс.

5. Бизнес-анализ, который включает обзор прогнозов объемов продажи, издержек и прибылей для того, чтобы определить, удовлетворяют ли они целям учреждения.

6. Разработка продукта, когда создается образец продукта в соответствии с его концепцией.

7. Пробный маркетинг. На этой стадии продукт и программа маркетинга вводятся в более реалистическую рыночную обстановку.

8. Коммерциализация, т.е. стадия, на которой услуга внедряется в рынок.

Цена – самый существенный канал коммуникаций. Посредством цены потребители оценивают качество образования в вузе, репутацию его торговой марки. Система ценообразования в маркетинге построена на изучении потребительского спроса. Определение же спроса зависит от точного сегментирования потребителей. Если попытаться кратко изложить ценовую политику предприятия сферы услуг, то она сводится к решению двух комплексов задач:

1) выбор метода ценообразования;

2) разработка ценовой стратегии.

Наиболее известные методы ценообразования на услуги:

- затратное ценообразование, когда цена формируется по формуле: "затраты плюс прибыль";

- ценообразование по целевой прибыли или определение точки безубыточности обслуживания клиентов;

- ценообразование с ориентацией на запросы покупателей услуг, т.е. когда за основу ценообразования принимается восприятие ценности услуги покупателем, а не затраты производителя;

- ценообразование, основанное на конкуренции, т.е. учет доминирующих цен на рынке услуг.

Основные ценовые стратегии на рынке образовательных услуг:

1) престижное ценообразование, что предпочтительно для высококачественного обслуживания;

2) ценовая политика "снятие сливок", что возможно при ограничении доступа на рынок услуг конкурентов или при успешных рыночных нововведениях;

3) ценовая политика "прорыва на рынок", что сильно напоминает демпинговые цены, устанавливаемые на услуги для вытеснения конкурентов с рынка;

4) ценообразование на набор товаров (услуг), когда предоставляется возможность предложить потребителям определенный набор товара (услуг) по пониженной цене;

5) скидки за объем услуг, что способствует более полной загрузке предприятий сферы услуг;

6) скидки, предлагаемые в зависимости от времени покупки (чаще всего сезонные скидки в сфере услуг);

7) дискриминационное ценообразование, которое позволяет максимизировать доходы предприятий сферы услуг;

8) психологическое ценообразование, когда при установлении цены услуги используются психологические аспекты, такие как престиж, рекомендательные, ощутимые потребителями цены, или цены, сложившиеся в их представлении;

9) ценовое стимулирование сбыта, что чаще всего связано с установлением различных скидок и льгот.

Каналы распределения как элементы комплексов маркетинга услуг представляют собой совокупность независимых организаций, вовлеченных в процесс удовлетворения спроса на услуги и делающих их доступными для потребителей. Специалисты в области маркетинга услуг называют следующие функции канала распределения:

1) информация – сбор и представление результатов исследований о среде маркетинга услуг;

2) продвижение – создание и распространение в рекламных целях убедительной информации относительно предложения услуг;

3) контакт – приобретение предполагаемых потребителей и установление с ними соответствующих отношений;

4) адаптация – формирование и приспособление предложения услуг потребителями покупателям;

5) переговоры – согласование предложения и спроса на услуги;

6) физическое распределение – фактическое предоставление услуг потребителям;

7) финансирование – использование ресурсов для покрытия расходов на обеспечение работы канала распределения;

8) взятие риска – принятие финансовых рисков, включая компенсацию потерь из-за неполной загрузки производителей услуг.

Особенности выбора канала распределения образовательных услуг определяются следующими факторами:

- высокая степень неопределенности услуг;

- совместимость процессов производства и потребления услуг;

- сложность выбора поставщиков услуг;

- сложность оценки качества услуг;

- инерционность в потреблении услуг (достаточно часты повторные контакты);

- сложность гарантии цены и гарантии уровня сервиса;

- сложность поддержания постоянного контакта с лицами, принимающими решения по закупкам услуг;

- сложность контроля качества услуг;

- связанность услуг с другими товарами и услугами.

С учетом этого основными формами взаимодействия участников канала распределения услуг могут быть:

1) конкурирующие отношения, которые сводятся к достижению субоптимизации положения каждого участника канала распределения услуг в ущерб общесистемной оптимизации;

2) субстантивированные отношения, которые предполагают возможность соглашений в рамках обычных (традиционных) маркетинговых систем сбыта услуг;

- комплементарные отношения, которые обычно строятся как договорные вертикальные маркетинговые системы сбыта услуг;

- качественные отношения, которые чаще всего возможны как многоканальные маркетинговые системы сбыта услуг.

Процесс принятия решений по управлению каналом сбыта образовательных услуг можно представить в форме четырех последовательных итераций (рис. 1).

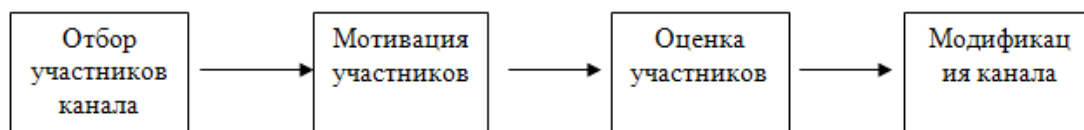


Рис. 1. Основные решения по управлению каналом сбыта

При отборе участников канала сбыта услуг руководство учреждения - должно оценить потенциальные возможности развития каждого участника канала, его прибыль, доходность, способность кооперации и репутацию. При этом учреждение должно постоянно мотивировать участников своих каналов сбыта, включая не только своих сотрудников, но и независимых посредников. Для обеспечения эффективного функционирования канала сбыта необходимо регулярно оценивать работу своих посредников и помогать им рекомендациями. С изменением покупательной модели потребителей услуг, расширением рынков сбыта, усложнением товаров и услуг, возникновением новых конкурентов возникает потребность в модификации структуры канала сбыта, что необходимо использовать для создания творческой структуры каналов распределения услуг.

Поскольку наиболее распространенным каналом распределения образовательных продуктов являются прямые продажи, большое значение приобретает место этих продаж. Местоположение вуза в городе, состояние вузовских зданий и сооружений, степень оснащенности его классов и лабораторий современным оборудованием несомненно сказываются на успешности продаж.

Широко используемым в сфере услуг каналом распределения является франчайзинг. В помощь вузам, предлагающим свои образовательные продукты за рубежом, создана и активно действует международная организация GATE (Global Alliance for Transnational Education). Эта организация занимается аккредитацией и контролем качества образовательных услуг, предоставляемых вузами и их агентами за пределами своих стран. Поэтому при использовании франчайзинговых соглашений следует получить подтверждение возможности вуза-партнера предоставить услуги требуемого качества, а также иметь систему его постоянного контроля.

Система продвижения услуг на рынок – это программа общих маркетинговых коммуникаций учреждения – производителя услуг. Маркетологи называют четыре главных средства продвижения:

- реклама – любая оплаченная форма неперсонального представления и продвижения идей, товаров и услуг определенным спонсором;
- стимулирование сбыта – краткосрочные стимулы поощрения покупки или продажи товара или услуги;
- связь с общественностью – построение хороших отношений компаний с различными слоями общественности;
- персональные продажи – устное общение с одним или более предполагаемых покупателями с целью совершения продаж товаров и услуг.

Прикладные аспекты маркетинга в сфере услуг в большей или меньшей степени специфичны, что и будет показано на примере ряда отраслей индустрии услуг.

В Алтайской Академии экономики и права Отделом маркетинга проводится сбор информации и исследование рынка образования и рынка труда.

В течение уже 5 лет ведется опрос абитуриентов, поступающих в ААЭП. Цель этого мониторинга – определить эффективность работы средств массовой информации в рекламных кампаниях института по продвижению своих образовательных услуг. Результаты свидетельствуют, что самыми эффективными источниками информации об услугах для абитуриентов являются печатные СМИ и Интернет. Это исследование показывает динамику результативности работы каналов коммуникаций: выставок, дней открытых дверей, школ, друзей, выпускников ААЭП.

Проведение подобных исследований дает основания для позитивного прогноза предполагаемого объема продаж. Оценку эффективности различных каналов коммуникаций можно анализировать посредством регистрации телефонных обращений в адрес подразделений вуза. Этот мониторинг должен осуществляться на постоянной основе. Полученные данные показывают результативность и меняющуюся значимость маркетинговых каналов – от Интернета до персональных контактов. Разработка информационного контента на сайтах вузов в сети Интернет не требует значительных денежных расходов, но связана с маркетинговой компетентностью, техническим и дизайнерским искусством разработчиков корпоративного сайта.

Маркетинг вуза – необходимая и важнейшая часть его деятельности. Вузы, не осознавшие этой необходимости и не включившиеся активно в маркетинговую деятельность, могут уже в ближайшее время оказаться в невыгодном положении и не смогут сохранить конкурентоспособность на рынке образовательных услуг.

Библиографический список

1. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг / Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 7-8. – С. 16-24.
2. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №1. – С. 3-8.
3. Якшин А.С. Стратегия и тактика маркетинга знаний на рынке образовательных услуг / Экономическая наука и образование. – 2010. – №5. – С. 297-301.

ББК 65.050.2

СОВРЕМЕННЫЙ ПРОЦЕСС НАЙМА И УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КОМПАНИИ

К.С. Кривоносова

НАЧОУ ВПО «Современная гуманитарная академия, г. Москва

В статье уделяется внимание вопросам найма, возрастающей роли управления человеческими ресурсами в компании, и отличия его от управления персоналом.

Сегодня задачи из сферы управления человеческими ресурсами во многом диктуются запросами современного динамичного мира. Этот мир претерпел значительные изменения вследствие влияния глобализации и технического прогресса. Стремление организаций значительно повысить производительность труда отражает их повышенное внимание к человеческим ресурсам как к неременному и необходимому активу компании и рассматривается как вариант долгосрочных вложений.

Проблема управления кадровым потенциалом многих предприятий республики имеет междисциплинарный характер, это приводит к необходимому применению для ее разрешения комплексных подходов с учетом экономических, юридических, социологических, психологических и других факторов. Чтобы решить эту проблему, в Казахстане созданы научные школы, разрабатываются концепции, издается специальная литература, ведется подготовка специалистов. Чтобы создать эффективную систему кадров, нужно понять, каково ее место в общей системе управления человеческими ресурсами организации.

Необходимо отметить, что человеческие ресурсы - это люди (включая их знания, навыки и способности) внутри организации. Их усилия позволяют организации достигать своих целей.

В свою очередь, управление человеческими ресурсами (известное как УЧР) – это эффективное использование человеческих ресурсов организации

(сотрудников), позволяющее улучшить результаты деятельности компании. Управление человеческими ресурсами – это одна из самых сложных задач, стоящих сегодня перед бизнес-организациями. Эта задача находится в ответственности всех менеджеров организации, ведь только эффективно управляя человеческими ресурсами своей компании, компания сможет достичь поставленных целей.

В отличие от управления персоналом управление человеческими ресурсами переориентировано с нужд работников на потребности самой организации в рабочей силе, и приоритеты кадрового менеджмента определяются в первую очередь результатами функционального анализа имеющихся и проектируемых рабочих мест, а не существующим кадровым потенциалом организации.

Ряд авторов употребляет понятия «управление человеческими ресурсами» и «управление персоналом» как синонимы, другая группа авторов считает, что термин «управление человеческими ресурсами» акцентирует внимание на стратегических аспектах принятия кадровых решений, а понятие «управление персоналом» в большей мере характеризует повседневную оперативную работу с кадрами (таблица 1).

Таблица 1

Соотношение понятий «управление человеческими ресурсами»
и «управление персоналом»

Сфера деятельности	Цель деятельности	Типичные функции	Кому докладывают о выполнении
Управление человеческими ресурсами (стратегический аспект)	Решение глобальных, долговременных, принципиально новых задач	-Планирование человеческих ресурсов -Развитие индивидуальных способностей и повышение квалификации -Планирование затрат на персонал в рамках общих затрат организации	Директору
Управление персоналом (оперативная деятельность)	Решение повседневных проблем, которые требуют административного вмешательства	-Подбор и расстановка кадров -Управление трудовой мотивацией -Разрешение конфликтов -Организация оценки персонала -Организация оплаты труда	Заместителю директора

Ко второй половине XX в. в области теории управления человеческими ресурсами выделились и развивались три основных подхода – экономический, органический (организационный), гуманистический.

В рамках экономического подхода ведущее место отводится технической подготовке работников на предприятии (направленной на овладение трудовыми

приемами), а не управленческой. Организация рассматривалась как огромный механизм, все части которого строго подогнаны друг к другу.

В рамках организационного подхода сформировался новый взгляд на персонал, который стали считать не трудовым ресурсом, а человеческим.

Гуманистическая парадигма (подход), развивающаяся в последнее время, исходит из представления об организации как о культурном феномене и фиксируется на собственно человеческой стороне организации:

- насколько работники интегрированы в существующую систему ценностей организации (в какой степени они безоговорочно принимают ее как свою собственную);

- насколько они чувствительны, гибки и готовы к изменениям в ценностной сфере в связи с переменами в условиях жизни и деятельности.

Обретение управлением человеческими ресурсами стратегического измерения делает кадровую политику более активной в отличие от пассивной и реактивной политики, характерной для традиционных моделей управления персоналом.

Работодатели в последнее время часто отмечают важность проблемы дефицита рабочей силы. Существует ощутимый разрыв между требованиями работодателя к кандидатам на открытые вакансии и возможностями рынка труда. Часто поиск и подбор персонала связан с высокими издержками: асимметрия информации, проблемы соответствия работника и рабочего места (мэтчинга) и другие несовершенства рынка труда требуют от работодателей определенных затрат. Чтобы получить максимальную отдачу от мэтчинга, необходимо находить пути сокращения издержек поиска и подбора при сохранении уровня эффективности найма сотрудников. Для этих целей предприятия на рынке труда разрабатывают стратегии найма персонала и управления человеческим капиталом организации.

Предполагается, что чем выше уровень безработицы на рынке, тем больше кандидатов находится в поиске вакансий и тем проще работодателю заполнить вакантное место с помощью низкозатратных каналов поиска: прямого поиска и поиска с помощью государственной службы занятости.

При выборе стратегии найма персонала менеджеры всегда опираются на финансовые возможности предприятия. Недостаточный бюджет управления человеческими ресурсами может закрыть доступ к высокозатратным стратегиям найма, таким как поиск через рекрутинговые агентства или обучение работников за счет компании. К этой группе факторов также относится стартовая заработная плата, которую работодатель может предложить своим сотрудникам – один из инструментов самоотбора.

Основные предпосылки, от которых зависит эффективность работы по подбору кадров, таковы: определение четких целей предприятия, создание результативной организационной системы управления, которая поможет в достижении этих целей; существование кадрового планирования, связующего звена между целями организации и структурой управления.

На практике мы видим, что работодатели часто пользуются методом набора – «под задачу», то есть при начале какой-то деятельности набираются дополнительные работники. При этом не создают штатное расписание на новый отдел, а его состав подбирает руководитель.

Следовательно, задачей найма персонала является удовлетворение в перспективе потребности в кадрах за счет внутренних и внешних источников, иными словами, от того, как организован найм, проведен набор и какие люди отобраны для работы в вашей организации, зависит вся последующая деятельность в процессе управления человеческими ресурсами.

Большинство современных специалистов сходятся во мнении, что для успешной организации поиска кандидатов следует руководствоваться двумя основными правилами: всегда проводить поиск кандидатов внутри организации, так как это более выгодно для организации; использовать по меньшей мере два метода привлечения кандидатов со стороны.

В рамках темы необходимо отметить, что с найма кадров начинается процесс управления персоналом.

Для того чтобы результативно управлять персоналом, одним из основных ресурсов любой компании, необходимо правильно организовать весь процесс. Для этого нужно:

1. Выбрать и внедрить конкретную модель управления человеческими ресурсами.
2. Организовать деятельность персонала, учитывая необходимость передачи знаний и компетенций внутри компании и создания условий для продуктивной работы сотрудников.

По мнению исследователей из Гарварда, эффективность результатов управления человеческими ресурсами следует оценивать по четырем направлениям:

1. Корпоративная преданность. Под корпоративной преданностью подразумевается лояльность сотрудников по отношению к организации, личная мотивация и привязанность к своей работе. Степень преданности работника своей компании можно оценить, изучив взгляды работников, уровень текучести кадров, статистику прогулов, а также проведя последнюю беседу с сотрудниками, берущими расчет.

2. Компетентность. Компетентность касается уровня квалификации работников, их профессиональных навыков, необходимости их подготовки и переподготовки и потенциала для исполнения работы более высокого уровня. Этот показатель можно оценить через системы аттестации сотрудников и подготовку перечня профессиональных навыков. Политика HRM должна быть сконструирована таким образом, чтобы привлекать, удерживать и мотивировать высокопрофессиональных компетентных работников.

3. Командная согласованность. Командная согласованность означает, что и руководство, и сотрудники компании разделяют взгляды на цели организации и работают совместно для их достижения. В правильно управляемой организации работники всех уровней разделяют общие взгляды на факторы, определяющие

процветание организации и будущие перспективы. Эти общие взгляды касаются основных принципов, которые лежат в основе управления работой организации. В некоторой степени эти представления могут быть созданы руководством через систему внутренних коммуникаций, стиль руководства, организационную систему и методы работы, но поддерживаться и выполняться изо дня в день в процессе рутинной работы они могут только работниками организации. Персонал организации должен чувствовать, что все работники имеют общие цели. Работники должны испытывать чувство сопричастности с организацией, они должны хотеть делать общее дело. Несомненным признаком наличия в организации согласованности является отсутствие жалоб и конфликтов и гармоничность трудовых отношений.

4. Корпоративная эффективность с точки зрения затрат. Корпоративная эффективность в отношении затрат касается эффективности операций компании. Человеческие ресурсы должны использоваться таким образом, чтобы с наибольшей продуктивностью использовались бы их преимущества. Объем выпуска продукции должен максимизироваться с наименьшими затратами ресурсов и материалов, организация должна уметь оперативно реагировать на возможности, предлагаемые рынком, и на изменения среды бизнеса.

В последние годы в зарубежном менеджменте кроме традиционных методов появились и новые, нетрадиционные способы оценки персонала, которые предусматривают проведение оценки работников не только руководителями, но и самими сотрудниками. К числу новых методов относится и так называемая всесторонняя оценка, при которой каждый сотрудник оценивается одновременно с трех позиций: своим руководителем, коллегами и подчиненными.

Поскольку то, какие люди работают в организации, какими навыками и способностями они обладают, влияет на ее конкурентоспособность и потенциал. Столь же важную роль найм и отбор персонала играют в деятельности менеджера по персоналу, являясь неотъемлемой частью программы по управлению человеческими ресурсами. С каждым годом этим функциям придают более осознанное значение.

Проведение оценки политики УЧР позволяет более подробно и объективно оценить деятельность Компании в проведения целенаправленных и согласованных показателей системы управления персоналом, которые позволяют обеспечивать производительности труда, качество предоставляемых услуг, корпоративной культуры и пр., а также внести необходимые изменения в политику УЧР для достижения целей развития Компании.

Таким образом, современные методы управления человеческими ресурсами помогают организации максимально эффективно использовать потенциал каждого сотрудника на фоне роста удовлетворенности работников своим трудом.

Библиографический список

1. Травин В. Управление человеческими ресурсами. – М.: Дело, 2014. – 132 с. ISBN: 978-5-7749-0761-8

2. Дейнека А.В. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://uchebniki.ws/15840720/menedzhment/>

3. Управление персоналом [Электронный ресурс]: Учебник / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремена: Режим доступа: <http://www.aup.ru>

4. Бондаренко, Н., Красильникова, М. Профессиональная подготовка персонала: кадровые стратегии работодателей // Вопросы образования. 2009. №4. С. 218-234.

5. Кафидов В.В. Управление человеческими ресурсами [Текст]: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2013. – 208с. ISBN: 978-5-459-00875-3

УДК 339.18:656

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Л.В. Кузьмина

Государственный университет имени Шакарима города г. Семей

Статья подготовлена в рамках выполнения грантового научного исследования МОН РК: «Региональные аспекты интеграции цепей поставок в перспективных условиях Единого транспортного пространства».

В статье раскрываются понятие, цели и преимущества использования концепции управления цепями поставок, а также изложено содержание основных этапов построения системы управления цепями поставок.

Целью любого бизнеса является повышение прибыли и обеспечение долгосрочной конкурентоспособности. В условиях современной экономики одним из базовых источников устойчивого конкурентного преимущества компаний является использование концепции управления цепями поставок (Supply Chain Management – SCM). В настоящее время управление цепями поставок развивается стремительно и приобретает все большую значимость для промышленных, логистических и торговых предприятий.

Как указывает Хэнфилд, управление цепью поставок – это интеграция всеми организациями и видами деятельности, входящими в цепь поставок, на основе взаимного сотрудничества, эффективных бизнес-процессов и высокой степени совместного использования информации с целью создания высокоэффективных систем формирования ценности, которые обеспечивали бы организациям-участникам существенное конкурентное преимущество [1, с. 28].

Целью концепции SCM является достижение наилучших результатов по всей цепи с оптимизацией интересов всех ее участников. Управление цепью поставок можно рассматривать как стратегический фактор баланса между ориентацией на клиента и выгодным ростом, т.е. с одной стороны, система целей включает максимизацию пользы для клиента, а с другой, минимизацию затрат, что обуславливает конкурентоспособность всей цепи поставок и ее постоянное развитие.

Концепция управления цепью поставок отражает интегрированный подход, при котором цели управления цепью поставок связаны с согласованной концепцией поведения. В контексте управления цепью поставок требуется перемещение фокуса на сотрудничество, выходящее за рамки предприятий при одновременном учете автономии участников цепи. В соответствии с этим, относительные рамки интегрированного управления действуют в цепи поставок для ориентирования как на уровень предприятия, так и на уровень цепи как совокупной системы [2].

В современных условиях на первый план выходит не наличие собственных ресурсов у фирмы, а возможность и способность задействовать доступные внешние ресурсы в рамках взаимовыгодного сотрудничества компаний в цепи поставок. Важным фактором сегодня становится способность превращать взаимодействие не в противоборство, а в реальные конкурентные преимущества. В этом случае синергетический эффект, возникающий в результате согласованных взаимодействий, будет покрывать возрастающие транзакционные издержки [3, с. 28].

Процесс построения системы управления цепями поставок состоит из трех основных блоков:

- Блок № 1. Идентификация и описание цепей поставок. Ответ на вопрос: «Что такое мои цепи поставок?»
- Блок № 2. Анализ цепей поставок. Ответ на вопрос: «Насколько эффективны мои цепи поставок?»
- Блок № 3. Повышение эффективности бизнеса на основе построения системы управления цепями поставок. Ответ на вопрос: «Что нужно сделать, чтобы повысить эффективность цепей поставок?» [4, с. 226].

Для идентификации цепи поставок и выявления возможных вариантов их структуры предприятию необходимо провести анализ своего положения. В качестве практического инструмента можно воспользоваться методикой экспресс-идентификации цепей поставок на основе агрегированного анализа пяти матриц, разработанной Ивановым Д.А., признанным специалистом в Европе и России в сфере логистики и управления цепями поставок.

В соответствии с данной методикой, анализ предприятия проводится последовательно в 5 областях, каждая из которых включает два взаимосвязанных ключевых идентификатора, выраженных в количественных показателях и отражающих «высокий», «средний» или «низкий» уровень состояния (таблица 1). Затем осуществляется агрегирование полученных данных и получение рекомендаций по структуре цепи поставок.

Сам автор методики отмечает, что экспресс-идентификация цепей поставок на основе агрегированного анализа пяти матриц задает так называемое «первое приближение» и в последующем требует более глубокого детального анализа.

После описания цепей поставок необходимо провести их анализ, целью которого является определение «узких мест» – источников излишних расходов и причин недополученных доходов, связанных с цепями поставок. Практиче-

ским инструментом на этом этапе может служить SCOR-модель в сочетании с другими методами контроллинга и моделирования бизнес-процессов [4].

Таблица 1

Области идентификации цепей поставок предприятия

Область идентификации	Ключевые идентификаторы
Конкуренция	Доля рынка
	Количество клиентов
Поставляемая продукция	Количество видов продукции
	Количество вариантов в каждом виде продукции
Закупаемая продукция	Количество видов закупаемой продукции (сырья, материалов)
	Количество вариантов в каждом виде продукции (сырья, материалов)
Производство	Количество технологических процессов
	Количество операций в каждом технологическом процессе
Экспорт - импорт	Доля производства за границей
	Доля вывозимой продукции

Описывая и анализируя цепи поставок, необходимо четко понимать процессы как внутренней (часть данной цепи поставок, которая относится к отдельной организации), так и внешней (важнейших поставщиков и потребителей) цепей поставок. Построение блок-схем процессов внутренней и внешней цепей поставок помогает лучше понять цепь поставок организации. Так как успех инициативы SCM в значительной степени зависит от важнейших поставщиков и потребителей внешней цепи поставок, компании должны определить тех из ее участников, которые представляются наиболее критичными с точки зрения управления цепями поставок данной организации.

Заключительная стадия формирования системы управления цепями поставок направлена на их оптимизацию и включает четыре основных этапа:

- 1) Организация межфирменных отношений взаимодействия;
- 2) Моделирование и реинжиниринг ключевых бизнес-процессов;
- 3) Разработка принципов построения и структуры системы интегрированного управления и координации цепей поставок;
- 4) Разработка концепции информационных технологий для управления цепями поставок [4, с. 229].

Организация межфирменных отношений взаимодействия направлена на создание партнерских отношений между предприятиями – участниками цепи поставок, а также на изменение организационного мышления внутри предприятия в разрезе управления цепями поставок.

Партнерство можно определить как особым образом сформированные деловые отношения, характеризующиеся взаимным доверием, открытостью, а также

готовностью разделять как риск, так и успех, – отношения, которые обеспечивают стратегическое конкурентное преимущество [1].

Организация межфирменных отношений взаимодействия направлена на решение комплекса задач, связанных с интеграцией внутрифирменных бизнес-процессов, установление договорных отношений между предприятиями, выбором формы организации кооперационных и координационных отношений, выработкой системы целей кооперации и координации, определением ролей, ответственности и правил взаимодействия.

При построении отношений межфирменной кооперации, можно принять за основу, существующие в мировой практике, американскую или японскую модели. Сравнительная характеристика американской и японской моделей представлена в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика моделей построения отношений межфирменной кооперации

Показатель	Американская модель	Японская модель
Характеристика	Основана на взаимодействии большого числа заказчиков и исполнителей	Характеризуется ранжированием предприятий – субконтракторов в зависимости от располагаемых производственных мощностей и уровня технологий
Критерии отбора	Цена	Качество, техническая совместимость изделий, надежность партнеров
Перспективы сотрудничества	Не рассчитана на долгосрочную перспективу	При удовлетворительном выполнении устанавливаются долгосрочные отношения

Организация договорных отношений в системе управления цепями поставок осуществляется, как правило, в виде двух основных форм:

1) Прямые договорные отношения между контрактором (головным предприятием) и субконтракторами – участниками в цепи поставок;

2) Иерархическая структура отношений – контрактор имеет договорные отношения только с ограниченным количеством субконтракторов первого уровня, которые, в свою очередь, строят собственную систему отношений с поставщиками материалов и субконтракторами [4].

В рамках построения системы координации также принимаются решения об аутсорсинге. Аутсорсинг логистических функций и бизнес-процессов состоит в использовании для реализации логистической деятельности компании услуг внешней организации – логистического аутсорсера или провайдера (оператора) (Logistic Service Providers, LSP).

Формы аутсорсинга логистических функций представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Формы аутсорсинга логистических функций и бизнес-процессов

Аутсорсинг логистических функций иначе называют контрактной логистикой. В основе аутсорсинга логистических функций лежит стремление организаций к сокращению логистических затрат, а также желание сконцентрироваться на основных видах деятельности [3, с. 76].

Фаза моделирования и реинжиниринга ключевых бизнес-процессов направлена на создание информационного портрета системы цепей поставок. Задачами этого этапа является выявление и описание межорганизационных бизнес-процессов с помощью специальных инструментальных средств моделирования [4, с. 230].

Модель SCOR (Supply Chain Operations Reference model) – «Рекомендуемая модель операций в цепях поставок» была специально разработана для реализации управления цепями поставок. Обобщенный вид SCOR-модель [5] представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Обобщенный вид SCOR-модели

SCOR-модель – это референтная модель, предполагающая собственный язык для описания взаимоотношений между участниками цепи поставок, содержит библиотеку типовых бизнес-функций и бизнес-процессов по управлению цепями поставок [5].

В общем случае в SCOR-модели участники цепи поставок выполняют пять базисных бизнес-процессов:

1) Make («Делать») – операции, связанные с производством товара (физического продукта или услуги);

2) Source («Снабжать») – операции, связанные с получением предметов снабжения для производства товара или его продажи;

3) Deliver («Доставлять») – операции по доставке товара потребителям как собственными подразделениями фокусной компании, так и ее контрагентами в цепи поставок;

4) Return («Возвращать») – операции, связанные управлением так называемыми возвратными материальными потоками – с возвратом бракованной продукции, оборотной тары, утилизацией отходов или брака и т.п.;

5) Plan («Планирование») - объединяет и координирует деятельность всех участников цепи поставок и является интегрирующим элементом SCOR-модели [7, с. 99].

SCOR-модель помогает оценить не только текущую деятельность, но и эффективность реинжиниринга бизнес-процессов компании.

Типичный процесс реинжиниринга реализуется в ходе трех этапов:

1) Сбора и анализа фактической информации;

2) Выявления участков, требующих перепроектирования бизнес-процессов с целью их улучшения;

3) Творческое совершенствование [8].

Общий план выполнения процесса реинжиниринга представлен на рисунке

3.

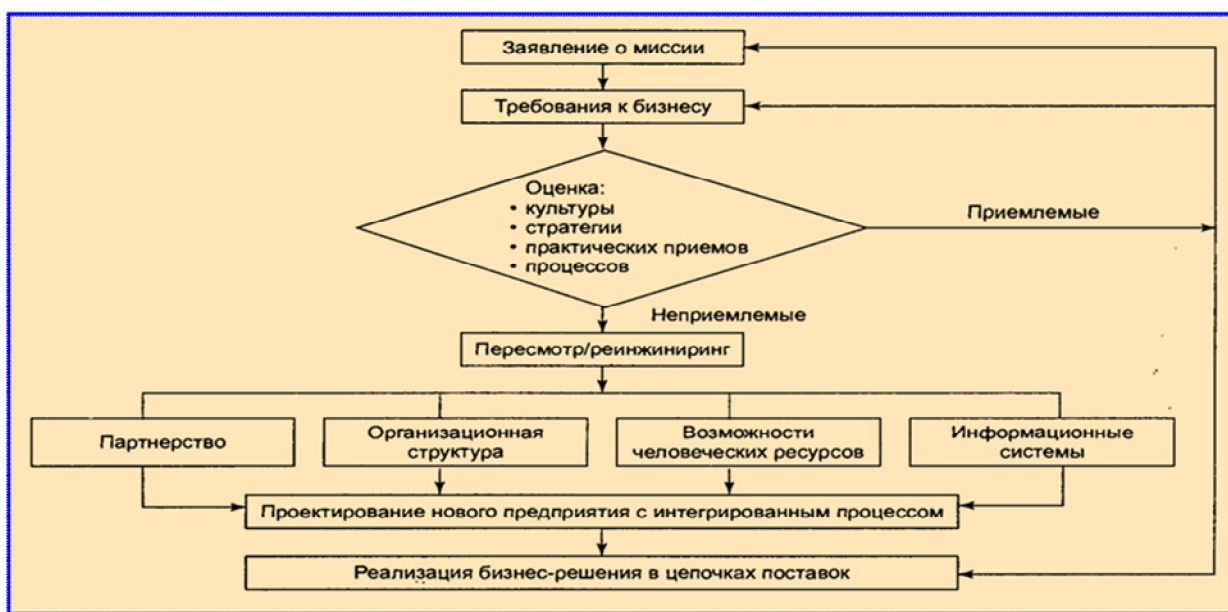


Рис. 3. Схема процесса реинжиниринга при управлении цепями поставок

Целью этапа разработки принципов построения и структуры системы интегрированного планирования и управления являются выбор стратегии и создание комплексных моделей планирования и управления цепью поставок. На этой фазе происходят постановка и формализация типовых задач, а также разработка методов их решения с учетом особенностей цепи поставок. Особое значение здесь приобретает системный учет факторов неопределенности с использованием специальной системы показателей. Важным элементом является также разработка инструментальных средств для моделирования и оптимизации цепи поставок [9].

К основным стратегиям интегрированного управления и координации цепей поставок на уровне отношений предприятия с поставщиками и клиентами относятся:

1) Стратегии, ориентированные на производство:

- JIT (Just – In- Time) – Точно вовремя;
- JIS (Just – In - Sequence) – Точно в последовательности.

2) Стратегии пополнения запасов на основе ответственности поставщиков:

- VMI (Vendor – Managed Inventory) – Запасы, управляемые поставщиком;
- Kanban с ответственность поставщиков;

3) Стратегии, ориентированные на торговлю:

• ECR (Efficient Consumer Responce) – Эффективное клиенториентированное реагирование

- QR (QuickResponce) – Быстрое реагирование

К основным стратегиям интегрированного управления и координации цепей поставок на уровне цепи поставок относятся:

• CPFR (Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment) – Совместное планирование, приобретение и прогнозирование;

• SCEM (Supply Chain Event Management) – Управление событиями в цепях поставок;

• SCMo (Supply Chain Monitoring) – Мониторинг цепей поставок [4, с. 276].

Завершающим этапом в построении системы SCM является разработка концепции информационных технологий. Разработка концепции информационных технологий для управления цепями поставок во многом определяется решениями, принятыми на этапах реинжиниринга бизнес-процессов и разработки модели интегрированного планирования и управления. Поэтому возможны различные варианты построения системы информационной поддержки управления цепями поставок.

Информационные технологии, с одной стороны, обеспечивают выполнение бизнес-процессов как внутри предприятия, так и на межфирменном уровне, а с другой стороны, являются катализатором развития бизнес-концепций. Именно развитие информационных технологий позволяет реализовать идеи SCM.

Создание единого информационного пространства (ЕИП), то есть среды интегрированного планирования и управления всей цепью поставок, координа-

ции и коммуникации участников цепи представляет собой важнейшую составляющую концепции SCM.

К основным информационным системам ЕИП для SCM относятся системы планирования (Supply Chain Planning, SCP) и оперативного управления в режиме реального времени (Supply Chain Execution, SCE).

APS (Advanced Planning Systems – Системы расширенного планирования) – системы представляют собой модульные информационные системы для интегрированной поддержки процессов межпроизводственного планирования и управления. При помощи систем класса APS существует возможность нахождения причинно-следственных связей возникающих отклонений от плана и внесения оперативных изменений в существующих планах. APS – системы обеспечивают высокую скорость внесения соответствующих изменений непосредственно в систему управления, что позволяет ускорить обработку запросов и заказов клиентов. Функциональность оперативного управления цепями поставок, слабо представленная в APS – системах, развивается в системах SCEM (Supply Chain Event Management) – Управление событиями в цепях поставок) [4].

Системы SCEM предназначены для выявления нарушений и отклонений в выполнении таких работ, как запаздывание или поломка транспортного средства, превышение уровня страхового запаса, отклонения в производственных процессах и т.д. Основная идея концепции SCEM – построение системы непрерывной актуализации информации о протекании процессов в цепи поставок.

Объектом автоматизации при использовании систем APS и SCEM является сеть предприятий. Данные системы имеют возможность обеспечить информационную интеграцию предприятий на основе единого информационного пространства и использования Интернета в деловых процессах, а также межпроизводственную глобальную интеграцию процессов и ресурсов.

Создание единого информационного пространства для решения задач мониторинга и регулирования цепи поставок представлено на рисунке 4.

В последние годы ряд крупных фокусных компаний эффективно внедряет системы SCMo (Supply Chain Monitoring). В отличие от APS и SCEM – систем, SCMo не представляют собой сложные оптимизационные алгоритмы, а предназначены исключительно для визуализации реального протекания процессов в цепи поставок, главным образом в области контроля запасов и использования мощностей.

В рамках системы SCMo проектируется так называемый пульт управления (control station), устанавливаемый в фокусной компании. Менеджер цепи поставок получает тем самым комплексный взгляд на текущую ситуацию в цепи поставок и имеет возможность составления различных аналитических отчетов по поведению участников цепи поставок. SCMo не являются мощными оптимизационными системами, но эффективность их использования, подтверждается на практике. В первую очередь, это связано с психологическим аспектом возникающей прозрачности системы, что приводит к повышению уровня ответственности поставщиков [4, с. 348].



Рис. 4. Создание единого информационного пространства для решения задач мониторинга и регулирования цепи поставок

В заключение следует отметить, что сформировать эффективную систему управления цепями поставок – задача достаточно трудная, требующая специализированных глубоких знаний, компетенций в сфере управления цепями поставок, значительного объема инвестиций и др. Вместе с тем, отлаженная цепочка поставок позволит усовершенствовать систему планирования, оптимизировать складские запасы, осуществлять своевременные поставки, обеспечивать соответствие предложения спросу, снижать затраты и, как следствие, увеличивать рыночную стоимость компании. Поэтому создание действительно эффективных цепочек поставок – критически важный вопрос для многих компаний в сфере как производства, так и обслуживания.

Библиографический список

1. Хендфилд Роберт Б., Николс мл. Эрнест Л. (2003). Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс».
2. Проценко И.О. (2006). Концепция управления цепью поставок и потенциалы преимущества с позиции интегрального менеджмента [online]. Креативная экономика. Available from: [Электронный ресурс] <http://www.creativeconomy.ru/articles/7323/> [Accessed 10.04.2014]
3. Аникина Б.А., Родкина Т.А. (2013). Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: Учебник / под ред. Б.А. Аникиной и Т.А. Родкиной – М.: Проспект.
4. Иванов Д.А. (2009). Управление цепями поставок / Д.А. Иванов. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та.
5. Сергеев В.И., Левина Т.В. (2013). Методические рекомендации «Проектирование цепей поставок на основе Референтной модели операций в цепях поставок (SCOR-mod - Supply Chain Operations Reference model)» [online]. Skachate. Available from: [Электронный ресурс] <http://skachate.ru/geografiya/59599/index.html> [Accessed 02.04.2014]

6. Петрова А.В. (2012). Управление цепями поставок: Конспект лекций / А.В. Петрова, А.В. Вохмянина – Екатеринбург: Изд-во УрГУПС.
7. Смирнова Е.А. (2009). Управление цепями поставок: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ.
8. Сток Дж. Р., Ламберт Д.М. (2005). Стратегическое управление логистикой: Пер с 4-го англ. Изд. – М.: ИНФРА-М.
9. Как внедрить SCM? (2009) [online]. Логистика в вопросах и ответах. Available from: [Электронный ресурс] <http://log-lessons.ru/kak-vnedrit-scm/> [Accessed 08.04.2014]

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Я.Г. Лабушева, О.П. Осадчая

Страховая компания, г. Москва, Рубцовский индустриальный институт

Важнейшим элементом в системе управления стоимостью является оценка бизнеса. Все существующие методы оценки не приспособлены для решения задачи принятия решений в условиях неопределенности. Доказательством этому служит тот факт, что традиционные методы доходного подхода не позволяют учесть эффекты, вытекающие из условий развивающейся рыночной экономики, такие как высокие и изменяющиеся темпы роста, слабая прогнозируемость результатов деятельности. Кроме того, расчет стоимости бизнеса в рамках данных методов в недостаточной мере учитывает финансовые показатели деятельности страховой компании (рентабельность капитала, коэффициент реинвестиций).

Одним из ключевых и очень важных моментов стратегического управления организации является анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии. Основное внимание целесообразно уделять критерию, на основании которого должна проводиться оценка и отбор стратегических альтернатив. Главной финансовой целью стратегического управления организацией является рост стоимости бизнеса (компании). Стоит отметить, что основным недостатком традиционных показателей (увеличение сборов страховой премии, прибыли, рентабельности, уровня страховых выплат и т.п.) и относительно новых (система всеобщего управления качеством урегулирования убытков, методы реинжиниринга бизнес-процессов и др.) управленческих концепций в том, что у них отсутствуют взаимосвязанные критерии эффективности. Следствием этого является сложность оценки влияния осуществленных на базе указанных принципов изменений на эффективность страховой компании в целом. Кроме того, приведенные выше критерии и концепции относятся к операционной, а не стратегической эффективности.

Показатель стоимости бизнеса включает в себя наиболее полный набор основных характеристик, отражающих эффективность деятельности организации, и учет необходимых для достижения запланированных результатов инвестиционных вложений. Обобщая точки зрения, имеющиеся в современной литературе, а также опыт работы многих успешных компаний, стоит отметить, что

именно критерий роста стоимости бизнеса является надежным ориентиром при принятии стратегических решений, учитывающим интересы множества заинтересованных сторон (акционеры, работники, страхователи, государство и др.).

Под стоимостью компании (бизнеса) в рамках настоящей статьи понимается рыночная стоимость акционерного капитала компании. В связи с этим автор подчеркнул, чтобы управлять стоимостью бизнеса, необходимо иметь инструмент, с помощью которого она будет измеряться. Данным целям в наибольшей степени удовлетворяет доходный подход. Рассматривая все шесть методов определения стоимости в рамках доходного подхода, которые получили наибольшее распространение в силу своей универсальности и широкой области применения, стоит выделить методы, основанные на дисконтировании денежных потоков (для акционерного капитала, всего капитала и для страховой организации в целом), а также методы, основанные на анализе сверхприбыли (рис. 1).

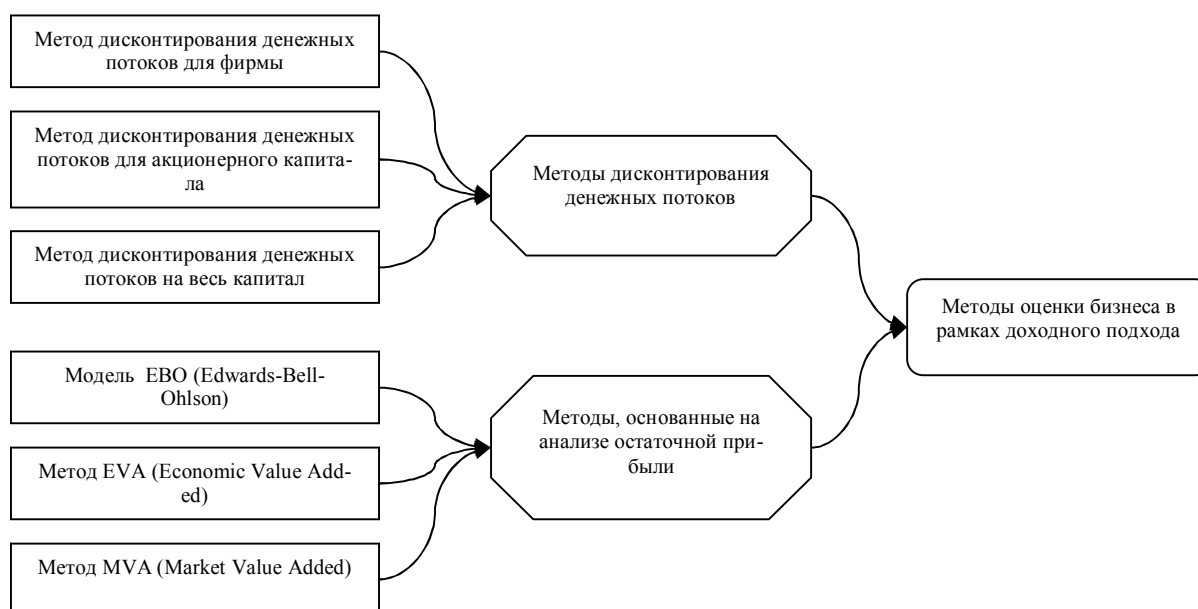


Рис. 1. Исследуемые методы оценки бизнеса и их взаимосвязь

Рассмотренные методы предлагают разные пути учета денежных потоков и связанных с ними рисков компании в показателе ее стоимости. Подробных исследований методов в российских условиях не проводилось, и в большинстве своем они не применялись в оценочной практике. Исключение составляют метод дисконтирования свободных денежных потоков на акционерный капитал и частично модель EBO, концепция EVA.

Несмотря на то, что большинство приведенных выше методов используют дисконтирование для учета риска, это не обеспечивает достаточного охвата всей степени неопределенности, связанной с прогнозируемыми денежными потоками. В данном вопросе важную информацию могут предоставить методы анализа рисков и неопределенности, получившие широкое применение во многих областях науки.

Анализ состояния теоретических и практических разработок в области стратегического управления и управления стоимостью, проведенный автором, позволил выявить ряд мало изученных направлений, учитывающих специфику страхового бизнеса.

Во многих страховых компаниях отсутствует система стратегического управления, особенно со 100% долей участия российских акционеров, в западных страховых компаниях практика разработки стратегий встречается намного чаще.

Используемые на практике для отбора стратегических альтернатив критерии эффективности не соответствуют современным требованиям рынка (собственников, инвесторов). Данная проблема может быть решена путем объединения стратегического управления с современной теорией управления стоимостью компании.

Стоит отметить, что в процессе стратегического управления, основанного на принципах создания стоимости, необходимо определение факторов, влияющих на ее увеличение, позволяющих проводить анализ стратегических альтернатив в условиях неопределенности и целенаправленно воздействовать на величину стоимости компании.

Важной задачей в страховом бизнесе является вопрос учета неопределенности и риска, так как, реализуя страховые услуги, страховщик не имеет 100% прибыли от собранных премий, существует такое понятие, как создание страховыми компаниями резерва произошедших, но незаявленных убытков (РПНУ), который создается на случай возможного наступления страхового события.

Хотя в данной сфере проведено множество исследований, их результаты крайне редко применяются на практике по причине излишней сложности или отсутствия механизмов реализации. Для решения возникающих задач необходимо создание адекватного методического механизма анализа стратегических альтернатив, позволяющего объединить методы оценки стоимости компании и механизмы учета неопределенности исходных данных, а также выявить возможные пути повышения эффективности принимаемых решений.

Указанный спектр проблем, выявленных в ходе исследования процесса анализа стратегических альтернатив на принципах управления стоимостью компании в условиях неопределенности, определил цель и основные задачи диссертационного исследования, а также пути их решения.

Что учет роста стоимости обязательств должен осуществляться через уменьшение величины чистых капитальных вложений и величины роста денежной части оборотных активов с учетом доли обязательств в капитале страховой компании и учитывать рыночную стоимость обязательств перед страхователями и темпы роста денежного потока за расчетный период (месяц, год и т.п.).

Для учета роста стоимости обязательств следует учесть рост привлекаемых заемных средств для создания страховых резервов в обеспечение принятых обязательств. Таким образом, новые обязательства привлекаются лишь в таком

объеме, чтобы покрыть потребность компании на случай наступления страхового события страховую выплату страхователю.

Значимым моментом управления стоимостью является определение факторов стоимости, то есть тех параметров, изменяя которые предприятие может влиять на величину стоимости бизнеса. Выявление подобных управляемых «рычагов стоимости» позволит целенаправленно воздействовать на величину отдельных составляющих производственного процесса, зная цепочку создания стоимости. В результате будет решена задача определения важных факторов контроля, рассмотрения вариантов их позитивного изменения, характеристики связанных с ними рисков, что и предоставит необходимую платформу для принятия решений топ-менеджерами. Дерево факторов в общем случае для страховых компаний представлено на рис. 2.

В выстраиваемое дерево могут быть включены не только количественные показатели, но и качественные. Предложенный алгоритм основан на изучении возникающих в результате принятия определенного стратегического решения взаимосвязях между различными показателями деятельности.

Стоит отметить, что не всегда изменения какого-либо фактора отражаются только на росте или уменьшении стоимости. Некоторые факторы могут одновременно создавать и уничтожать стоимость компании. Таким примером может быть рост стоимости активов, например в результате переоценки. В данном случае происходит повышение амортизации, что увеличивает денежный поток через уменьшение налогооблагаемой прибыли, вследствие роста налога на имущество. Кроме этого, происходит снижение рентабельности активов, что влечет за собой снижение темпов роста денежного потока.

Библиографический список

1. Ступичева Я.Г. Платежеспособность страховой организации: проблемы оценки и управления (Коллективная монография). Экономический потенциал и перспективы России и стран СНГ. – Краснодар: АНО Центр социально-политических исследований «Премьер», 2011. – 282 с. (С. 211-230).

2. Ступичева Я.Г. Пути совершенствования управления инновационными процессами в страховании [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Наукovedение». 2013. №2 (15). – М. 2013. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/44evn213.pdf>

3. Stupicheva Y. Formation of the innovative approach in the estimation of cost of insurance business//European Applied Studies: modern approaches in scientific researches: Papers of the 1st International Scientific Conference. December 17-19, 2012, Stuttgart, Germany. P. 306-310.

4. Осадчая О.П., Гулькин К.И., Толстов И.В. Имитационная модель управления стоимостью предприятия// Стратегическое планирование и развитие предприятий. Секция 2/ Тезисы докладов и сообщений Четвертого всероссийского симпозиума, Москва. 15-17 апреля 2003 г. Под ред. проф. Г.Б. Клейнера – М.:ЦЭМИ РАН, 2003. – 156 с.

5. Осадчая О.П., Гулькин К.И., Толстов И.В. Как определить стоимость предприятия// ЭКО. – 2003. – №5. – С. 159-165.

6. Осадчая О.П. Механизмы повышения эффективности стратегий развития финансово-промышленных групп// Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2004. – С. 211.

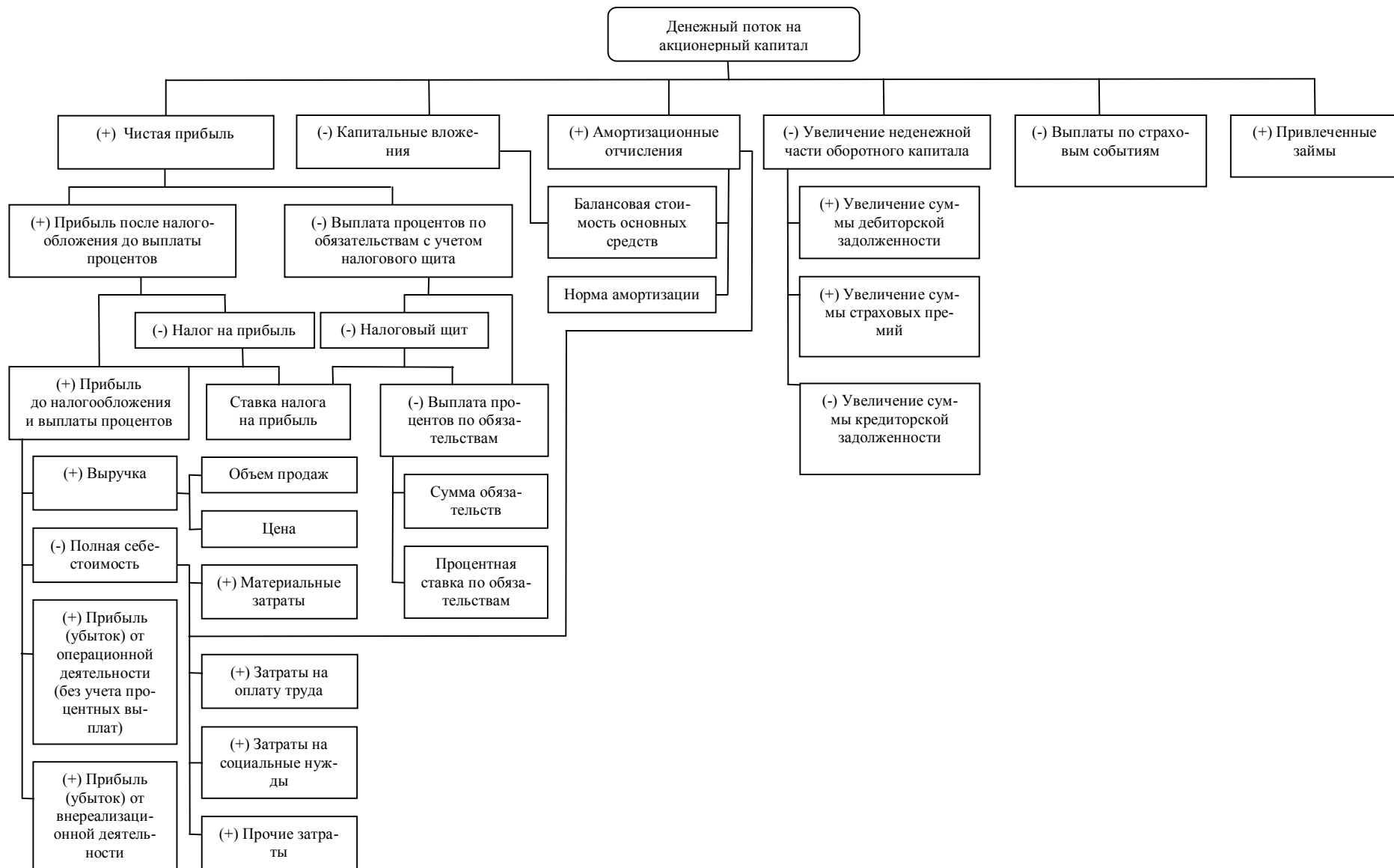


Рис. 2. Факторы стоимости, входящие в показатель свободного денежного потока на акционерный капитал

НЕТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Е.В. Лотова

Алтайская академия экономики и права, г. Барнаул

В статье рассматриваются нетрадиционные методы в рекламной деятельности. Проведены исследования рынка рекламы и современные способы продвижения товаров до потребителя. Предлагается ряд способов для повышения эффективности использования нетрадиционных приемов и методов рекламной коммуникации.

Введение. Реклама является целенаправленным воздействием на потребителя с целью создания популярности товара и ускорения его продвижения на рынке [3].

На сегодняшний день реклама рассматривается как феномен современного социума, со специфическими носителями информации, для воздействия на сознание более широких масс потребителей [1]. Рекламодателям требуется подходить к процессу размещения рекламы и выбора рекламных носителей с большей долей креативности и необычности.

В практике рекламной деятельности выделяют множество причин и мотивов для поиска новых, неординарных видов рекламных обращений – это ведет к получению дополнительного эффекта в том или ином виде, заинтересованности потребителей, ну и конечно продвижению товара.

Методика. При написании данной статьи использовались методы качественного исследования: глубинные интервью, диалог, фокус – группы, брейн-сторминг - группы, метод психосемантического дифференциала [3].

Основная часть. Рынок современной рекламы представлен широчайшим спектром рекламных носителей, ориентированных в своей специфике на различные целевые аудитории и группы [2].

В борьбе за внимание и расположение своего потребителя рекламодатели готовы выделять весомые бюджеты. Однако это не всегда оправданно в силу того, что эффективность затрат на использование традиционных рекламных каналов снижается, так как потребители пресыщены потоками рекламной информации. Согласно проведенным исследованиям, среднестатистические потребители в течение дня испытывают на себе более 1,6 тысяч рекламных обращений. Несомненно, воспринять и осознать весь объем информации просто невозможно. Из всего потока – целесообразными с точки зрения привлечения – эффективными являются примерно 10 сообщений, а работают на конечный результат – покупку – около 3-5. Поэтому рекламодатели стремятся попасть в число таких «работающих» сообщений, применяя при этом все свои возможности. И чем более непредсказуемы используемые ими методы и приемы, тем вероятнее достижение данной цели.

Современные способы и технологии продвижения продукции динамично развиваются: на смену традиционным приходят новые, более интересные и привлекающие внимание [3]. Шаблонные формы рекламных коммуникаций уже не являются достаточно конкурентоспособными в борьбе за потребителя.

Отсюда актуализируется спрос на нестандартные и нетрадиционные формы рекламной коммуникации.

В самом общем смысле, к нестандартной форме в рекламных коммуникациях можно отнести те, которые полностью отличаются по формату от привычного и обыденного для потребителя, т.е. это рекламные материалы, нетрадиционные с точки зрения:

1. Содержания.
2. Воплощения.
3. Распространения.

Нестандартность в содержании рекламного обращения взаимосвязано с понятием эпатажной рекламы. В самом широком смысле, эпатаж представляет собой нарушение общепринятых норм – правовых, нравственных, социальных, культурных, этических, религиозных – с целью привлечения внимания потребителя. То есть целью любой эпатажной рекламы является эмоциональная встряска потребителя, которая обеспечивает рекламное обращение вниманием и тем самым гарантирует его запоминаемость. Если рассматривать эффект от эпатажа в рекламе, с точки зрения психологии, то атаке подвергаются всевозможные нормы, приемлемые большинству из членов общества, в результате этого человек подсознательно защищается, в своих представлениях [2]. Именно в этот момент он, сам того не понимая, воспринимает сообщение максимально активно. Но применяемый скандал должен иметь и чувства меры: заинтересовывает и оживляет действие, но не портит его. Поэтому эпатаж в рекламе востребован в той степени, до которой раскованно и состоятельно само общество. То есть та его часть, на которую он направлен.

Нестандартность восприятия рекламы связана со многими особенностями: восприятие цвета и света, композиционных особенностей, формы и звука. Иными словами, назвать нестандартными можно оригинальные и смелые решения, применяемые при подготовке рекламного сообщения, являющиеся для потребителя за гранью понятного и обыденного [1]. Например, это может быть особенное композиционное или цветовое решение в печатной рекламе, непредсказуемое аудиовизуальное воплощение телевизионного ролика, непривычная для потребителя форма наружной рекламной конструкции, оригинальная подсветка баннеров. Психологи определяют, что нестандартные рекламные элементы работают по принципу уничтожения шаблонов восприятия и подачи, предоставленной информации. Они перегружают сознание, в результате чего, закономерно, возбуждается интерес потребителя и снижается уровень критичности восприятия рекламных материалов.

Нестандартность медиаканалов – это появление рекламы там, где потребитель ее увидеть или услышать не ожидал. То есть это особенное, с точки зрения канала, распространение рекламного обращения. Традиционными медианосителями выступает телевидение, радио, печать, пресса и прочие средства массовой информации [2]. Однако наряду с ними активно используется: сувенирная продукция, дегустации, сэмплинг, авиареклама, указатели направления движения, автобусные поручни и билеты, реклама на асфальте и многие другие. Но и это уже выходит за рамки непривычного, и прибавляются еще более изощрен-

ные и изысканные формы распространения рекламы: флеш-мобы, живые манекены и скульптуры, аэропланы и воздушные шары, аромамаркетинг, лазерные надписи в небе, трафарет-граффити [1]. Все это привлекает внимание потребителя и ведет к экономической эффективности и оправданности в использовании нетрадиционных методов и приемов в рекламных коммуникациях.

У нетрадиционных методов и приемов в рекламе есть свои достоинства и недостатки, которые необходимо учитывать, принимая решения об их реализации на практике.

К достоинствам можно отнести следующие:

- возможность расшевелить аудиторию, «взорвать» продажи товара и вдохнуть новую жизнь в нечто привычное и надоевшее;
- возможность завоевать широкую известность в случаях, когда рекламный бюджет ограничен и необходимо быстро привлечь и удержать внимание аудитории;
- уникальность и оригинальность, гарантирующие интерес потребителей и передачу информации из уст в уста (партизанский маркетинг);
- высокая степень доверия в силу нестандартности решений, используемых в рекламе;
- недоступность для конкурентов.

Аргументов против нестандартных приемов в рекламе:

- отсутствие квалифицированного персонала, способного разработать и реализовать на практике нестандартные рекламные решения;
- технические ограничения, связанные с процессом производства и реализации нетрадиционной рекламной продукции;
- высокая стоимость разработки идеи и производства рекламных материалов;
- невозможность оценить коммуникативную эффективность альтернативных приемов рекламной коммуникации.

Кроме того, одним из существенных недостатков нетрадиционных приемов рекламной коммуникации является то, что чем ярче и креативнее идея, тем легче она запоминается и, соответственно, тем больше вероятность трансформации ее в образ – «вампир», который заслоняет собой наименование бренда или продукта. То есть по прошествии времени потребители способны воспроизвести сюжет до мелочей, но рекламируемый объект в памяти не задержался и образ – «вампир» переключил внимание аудитории с продукта на себя [3]. Такого рода тенденции характеризуются как нежелательные, однако в случаях с эпатажными сюжетами так чаще всего и бывает. Чтобы этого не произошло, рекламные приемы должны быть логично связаны с продуктом или деятельностью рекламодателя, нужно попытаться построить ассоциативную цепочку между сутью сообщения и брендом. По аналогии, продукт можно гармонично вписать в изображение или видео, главное, чтобы он был связан с нетрадиционной составляющей.

Повысить эффективность использования нетрадиционных методов и приемов рекламной коммуникации можно следующими способами.

Во-первых, успех применения нетрадиционных приемов в рекламе зависит от мощной и оригинальной идеи, лежащей в основе рекламной концепции. Нет идеи – нет основы для успешной компании, и таким образом, нет никакого логического обоснования использованию данных приемов в рекламном обращении. Во-вторых, идея используемых нестандартных методов должна быть понятной и близкой целевой аудитории, которой она адресована. В-третьих, должна быть четкая увязка и ассоциация рекламируемого объекта с применяемыми в рекламе альтернативными методами. В-четвертых, оптимальное сочетание нестандартных подходов с традиционными методами, используемыми в рекламной деятельности. Невозможно построить эффективную рекламную кампанию, используя при этом только нестандартные методы. Яркие акценты должны сменяться более лояльными и приемлемыми.

Заключение. Можно отметить, что однозначно решить вопрос: использовать ли нетрадиционные методы в рекламной деятельности или придерживаться более традиционных – индивидуальное решение руководителей, обусловленное целями фирмы, рыночной конъюнктурой, действиями конкурентов и прочими факторами внешней и внутренней среды.

Выводы. Рынок требует от маркетологов творческих и неожиданных действий. Традиционный подход к рекламе становится все менее эффективным, а нестандартные тенденции – в моде, и, таким образом, популярность оригинальных подходов в рекламе будет расти, тем самым повышая эффективность воздействия рекламы на сознание различных групп потребителей.

Библиографический список

1. Зыгалова А.В. Специфика качественных методов исследования в рекламной деятельности // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2008. № 2. С. 101-105.
2. Землянская Е.А. Анализ понятия «рекламная деятельность» // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. 2009. № 3. С. 180-182.
3. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. М., – 1999.

ББК 65.29

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

Л.Н. Лукин

*Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, г. Барнаул*

От российских компаний современные условия бизнеса требуют наличия адекватной стратегии, фокусирования своих бизнес-процессов на максимальном повышении их эффективности. Развитие целевых принципов управления в настоящее время идет по двум основным направлениям [4]:

- 1) Совершенствование оценочных показателей в рамках ценностно ориентированного управления (Value-Based Management).

2) Создание комплексных систем оценки в рамках концепции измерения достижений (PerformanceManagement).

Современным исследователям становится все более очевидным, что ввиду чрезвычайной сложности рыночных бизнес-процессов их эффективность не может быть измерена одним из показателей. Необходима системная оценка, включающая совокупность разноценных оценочных критериев в их взаимосвязи.

В результате многолетней научно-исследовательской работы по оценке качества финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей автором на основе использования принципов системного анализа и синтеза удалось расширить возможности вышеуказанных направлений оценки эффективности [3].

Системный подход к оценке эффективности деятельности предприятия должен прежде всего базироваться на основополагающих принципах подбора и анализа оценочных показателей [1].

Сегодня существует их различная классификация. Практический опыт автора по системному анализу финансово-хозяйственной деятельности предприятий подтверждает целесообразность и продуктивность следования этим принципам. Ниже предлагается авторизированный вариант их классификации с учетом опыта практического анализа и разработки системных оценочных моделей для хозяйствующих объектов [3].

1. Принцип синтеза взаимодействия внешней среды и внутренних бизнес-процессов.

Системный подход к анализу эффективности бизнес-процессов должен ориентироваться на необходимость учета взаимодействия факторов внешней среды, как правило, нестабильной, на результаты бизнес-процессов, осуществляемой во внутренней среде предприятия. Неумение или игнорирование учета этого взаимодействия порождает неуверенность в достижимости поставленных целей, а иногда и убеждение в невозможности, ненужности планирования вообще. Тем не менее, при действительно случайном, во многом непредсказуемом характере взаимодействия внешних и внутренних факторов использование системного подхода дает возможности выявлять существующие закономерности.

Синтезирующий итог взаимодействия внешних и внутренних факторов проявляется в результатах финансово-хозяйственной деятельности предприятия и отражается количественными показателями в бухгалтерских отчетных документах.

При этом баланс характеризует экономические ресурсы предприятия, а отчет о финансовых результатах его работы – взаимодействие факторов внешней и внутренней среды, т.е. системы: «Предприятие – внешняя среда».

2. Принцип учета финансовых и нефинансовых показателей.

Необходимость учета нефинансовых показателей можно подтвердить, например, при оценке ресурсов предприятия. Их финансовая оценка очевидна. Однако традиционно декларируемый как важнейший ресурс – кадры, персонал не имеют финансовой оценки, однако учитывать его необходимо.

С точки зрения системного анализа следует иметь в виду, что вся совокупность используемых показателей (финансовых и нефинансовых) в целях обеспечения возможностей их системной интеграции должна иметь количественно – сопоставимую размерность.

Наиболее удобной формой обеспечения сопоставимости различных показателей является ориентирование выбранных показателей на лучшие (эталонные) результаты, степень приближения фактических данных к эталонным. Удобной основой формализации является трансформирование различно выраженных показателей в единую оценочную размерность, например, баллы.

3. Принципы иерархии и выявления ключевых показателей.

С учетом этого принципа при формировании (выборе) оценочных показателей необходимо руководствоваться, прежде всего, понятиями множественности интересов и целей у различных участников предпринимательской деятельности. В качестве ключевых следует выбирать такие показатели, которые объединяют интересы различных субъектов. К ним относятся показатели, характеризующие стратегию развития предприятия. Ключевые показатели должны обладать следующими классификационными признаками:

- оказывать решающее воздействие на достижение целей и итоговые результаты работы предприятия;
- иметь повышенную чувствительность к состоянию внешней и внутренней среды, бизнес-процессов и из результатов;
- иметь четкую методику расчета и процедуру интеграции, характеризовать состояние и эффективность бизнес-процессов;
- обладать возможностями декомпозиции по отдельным видам бизнес-процессов, центрам ответственности;
- требуют особого внимания и находятся на постоянном контроле руководства предприятия.

По определению ключевые показатели по своей значимости находятся на верхнем уровне иерархической структуры и включают в себя показатели более низкого уровня. Желательно установление функциональных связей между ними или корреляционной зависимости.

При формировании модели сложных систем, состоящих из нескольких взаимодействующих элементов, возникает необходимость не только в их ранжировании, но и в их относительно количественном нормировании с учетом весомости вклада каждого элемента системы в итоговый результат ее функционирования. При этом общая сумма входящих в ее состав элементов должны иметь определенную нормированную величину, например 1,00.

В связи с этим актуальным разделом системного анализа становится структурный анализ, при котором сопоставляются не только абсолютные экономические показатели, но и их структурные соотношения (собственный капитал/заемные средства; долгосрочные заемные средства/ краткосрочные заемные средства; активы/пассивы; оборотные средства в производстве/активы и др.).

4. Принцип информационной достаточности.

Основной смысл понятия информационной достаточности состоит в том, чтобы оценочная модель достаточно полноценно и объективно определяла ре-

альное состояние предприятия, результаты его деятельности с учетом целей стратегического развития при минимально необходимом объеме информации. Этому принципу в полной мере соответствует условие трендовой оценки деятельности предприятия за определенный ретроспективный период. В свою очередь данные ретроспективного (исторического) развития позволяет получить информацию на будущий упреждающий период и при необходимости использовать упреждающее управление. Без ретроспективных и прогнозных данных в решении стратегических задач принцип информационной достаточности не будет реализован полностью.

Основное условие информационной достаточности заключается в обеспечении пользователей возможностью достаточно полноценно и объективно определять реальное состояние предприятия и его потенциальные возможности. В то же время эта информация не должна перегружать систему менеджмента излишними несущественными данными. На наш взгляд, условиям этого принципа более всего соответствует информация, представляемая в официальных документах бухгалтерской отчетности: балансе и отчете о финансовых результатах. Однако в практике анализа финансово-хозяйственной деятельности используется лишь незначительная часть информационного потенциала этих документов. Их системный анализ позволяет гораздо эффективнее использовать имеющийся информационный ресурс в решении задач развития предприятия [3]. К очевидным преимуществам информации, сосредоточенной в бухгалтерской отчетности, относится их системность и доступность.

5. Принцип диапазонного прогнозирования и планирования.

Системный подход к анализу эффективности бизнес-процессов должен ориентироваться на необходимость учета воздействия факторов внешней среды на конечные результаты бизнес-процессов. Однако в системе неустойчивости и непредсказуемости внешней среды фактические результаты бизнес-процессов практически никогда не совпадают с запланированными. Следствием этого является неуверенность в достижении поставленной цели, когда в процессе реализации выбранного решения намеченная цель в большей или меньшей степени не достигается. Диапазонное планирование, основанное на упреждающем прогнозировании эффективности финансово-хозяйственной деятельности, позволяет предвидеть возможные последствия факторов риска, диверсифицировать их. Обоснованное принятие допустимого уровня риска может быть использовано для управления риском на основе разработки мероприятий по их снижению.

Поэтому традиционно используемые в настоящее время точечные значения целевых экономических показателей должны дополняться статистически обоснованными диапазонными данными. Это, кстати, будет дополнительным фактором укрепления принципа информационной достаточности.

6. Принцип единства анализа и синтеза.

Любая системная аналитическая работа должна завершаться соответствующими выводами, рекомендациями – синтезом. Это условие должно выполняться и при формировании стратегии предприятия, бизнес-планировании.

Основными официальными отчетными экономическими документами, отражающими использованные ресурсы и полученные экономические результаты

деятельности предприятия, являются баланс и отчет о финансовых результатах. В этих документах для сравнения приводятся соответствующие показатели и за прошлые отчетные периоды. Основным недостатком такой формы отчетности является отсутствие колонки с наименованием «плановые показатели на отчетный период». Конечно, эти документы по форме строго регламентированы государством, и предприятия не имеют права на их видоизменение. В то же время для внутреннего использования вполне допустимо и целесообразно дополнение стандартных форм бухгалтерской отчетности колонками с указанием планировавшихся на отчетный период показателей (ключевые показатели), а также планируемых на последующие периоды деятельности предприятия. Такие документы, соответствующим образом оформленные и утвержденные руководством предприятия, будут являться системной основой стратегического управления, разработки соответствующих бизнес-планов и бизнес-процессов.

Системная модель стратегии формирования ресурсов предприятия (бизнес-процессов верхнего уровня) представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Модель формирования стратегических бизнес-ресурсов предприятия

В экономической науке под бизнес-процессом понимается набор операций по преобразованию ресурсов предприятия («Вход») в запланированный результат его деятельности («Выход»). Результатом «выхода» на верхнем уровне бизнес-процессов должны быть количественно выраженные значения стратегических (ключевых) показателей необходимых ресурсов в виде внеоборотных и оборотных активов предприятия.

Бизнес-процесс верхнего уровня технологически состоит из двух операций:

- 1) формирование ресурсов по общему объему источников;
- 2) распределение сформированного объема ресурсов по направлениям их

использования.

Задачей первого этапа (операции) этого бизнес-процесса является разработка решения по формированию необходимого объема ресурсов, в том числе по обоснованию его источников:

- капитала и резервов;
- долгосрочных обязательств;
- краткосрочных обязательств;
- структурного соотношения между вышеуказанными источниками в их общем итоговом объеме (баланса).

Другой важной задачей бизнес-процессов верхнего уровня является решение вопросов оптимизации использования сформированного объема ресурсов (итога баланса) по функциональным направлениям:

- внеоборотные активы;
- оборотные активы;
- структурное соотношение между внеоборотными и оборотными частями активов.

Ключевой интегральной характеристикой ресурсной базы предприятия является итог баланса (стр.1600 или 1700 по кодификации после 2011 года). Финансовый итог выполнения всей совокупности бизнес-процессов, осуществляемых во внутренней среде предприятия, отражается в отчете о финансовых результатах этой деятельности [5]. Ключевыми итоговыми показателями здесь являются прибыль (стр. 2400). С точки зрения целевого стратегического управления, ключевым стратегическим показателем эффективности всей совокупности бизнес-процессов предприятия является соотношение двух вышеуказанных показателей – рентабельность ресурсов. В международной практике это «рентабельность активов»:

$$P_a = \frac{\text{стр.2400}}{\text{стр.1600}}$$

Библиографический список

1. Бебрис А.О. Основные принципы оценки эффективности стратегии инновационного развития// «Экономика». 2014 г. №1.
2. Духонин Е.Ю. Управление эффективностью бизнеса. Концепция BusinessPerformanceManagement /Д. Исаев, Г.В. Генса. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 269 с.
3. Лукин Л.Н. Прогнозирование и индикативное планирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия: монография/ Л.Н. Лукин. – Барнаул: ИП Колмогоров И.А., 2014. - 131с.
4. Переверзев Н.А. Построение систем управления эффективностью современной компании// «Менеджмент сегодня» №1 (79) февраль 2014 г.
5. Приказ Минфина России №1604 от 25 ноября 2011г. «О введении в действие международных стандартов и разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» [Электронный ресурс] <http://consultant.ru/cons/cgi/onlincgi?reg=doc;base=LAW;n=15603>

ОСОБЕННОСТИ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Н.А. Ляпкина, А.В. Жарикова

Рубцовский индустриальный институт

Цель оперативного управления производством состоит в обеспечении согласованной работы по изготовлению продукции в принятых объёмах и сроках при наилучшем использовании всех производственных ресурсов. Поэтому оперативное управление производством нужно рассматривать как совокупность или систему таких самостоятельных и тесно взаимосвязанных элементов, как планирование, учет, контроль, регулирование и анализ. Российские предприятия в настоящее время функционируют в динамичной среде с высоким уровнем неопределенности и риска, в связи с чем должны непрерывно изменяться. Способность адаптироваться к постоянно меняющейся среде является одной из наиболее важных черт нынешних предприятий. Данное умение позволяет предприятию быть конкурентоспособным в долгосрочной перспективе. Возможность быстрой реакции на изменения внешней среды относится и к оперативному управлению. Комплексная система оперативного управления должна быть гибкой и быстро реагировать на отклонения от запланированного хода производства.

Предприятие, являясь открытой системой, получает из внешней среды необходимые ресурсы для обеспечения производственного процесса, а отдает готовую продукцию. Поэтому внешняя среда оказывает существенное влияние на оперативное управление производством, поскольку производственная программа формируется на основе портфеля заказов, тем самым проявляется зависимость от заказчиков и потребителей, а обеспечение поступления ресурсов зависит от поставщиков.

Оперативное управление производством должно обеспечить реализацию производственной программы с учетом влияния внешней среды (рисунок 1). Согласно авторской точке зрения, оперативное управление производством осуществляется в несколько этапов. Первый этап предполагает выработку производственной программы. Здесь на основе заявок портфеля заказов, заключенных договоров и выявленной емкости рынка формируется производственная программа. Из внешней среды на данный этап существенное влияние оказывают заказчики и потребители. На этом этапе важной задачей является определение оптимального плана изготовления деталей, как уже отмечалось ранее [2], с этой целью используются оптимизационные модели.

На следующем этапе происходит формирование оперативного планового задания на короткие отрезки времени.

Следует отметить, что если первые два этапа проводятся в рамках оперативного планирования, то следующий этап осуществляется в контексте оперативного учета. Он предполагает сбор оперативных сведений о ходе выполняе-

мой работы. Одним из показателей эффективности системы оперативного планирования является коэффициент непрерывности производственного процесса, расчет которого опирается на данные текущего учета.

Непрерывность производства обеспечивается на предприятиях с помощью своевременной оперативной подготовки и доставки на рабочее место в соответствии с календарными планами-графиками необходимых ресурсов.

Собранные на предыдущем этапе данные позволяют контролировать производственный процесс. Контроль за ходом производства тесно связан с выявлением причин, препятствующих выполнению производственной программы. Таким образом, на данных этапах осуществляется оперативный контроль.

На основе выявленных в ходе контроля недостатков реализуется следующий этап оперативного управления – регулирование. Оперативное регулирование предполагает процесс разработки и реализации решений по предупреждению отклонений и сбоев в ходе производства.

Заключительным этапом является анализ отклонений между запланированным и фактическим ходом выполнения плана производства.

Отметим, что на каждом из рассмотренных этапов оперативного управления производством должно осуществляться управление изменениями. Поскольку вся система оперативного управления производством продиктована ориентацией на внешнюю среду, то есть на изменения, не зависящие от самого предприятия.

Заметим, что при рассмотрении внешней среды авторами делается акцент на таких субъектах как потребители, заказчики и поставщики. Поскольку полагаем, что именно данная группа субъектов внешней среды оказывает наиболее существенное влияние на ход производственного процесса предприятия, рассматриваемого в рамках оперативного управления.

В условиях изменяющейся внешней среды предприятие должно уметь эффективно управлять изменениями.

Курт Левин (K. Lewin, 1947) идентифицировал три этапа процесса изменений [1]:

1. «Размораживание» – это этап, когда действия менеджера направлены на то, чтобы заставить людей признать необходимость изменений. «Размораживание» – это этап, когда следует позволить людям испытать законную гордость за ведение дел привычными способами, а также продемонстрировать признание их прошлых достижений. Людям должны быть обеспечены достаточные поддержка и личная безопасность, чтобы они решились принять участие в рискованном предприятии проведения изменений.

2. «Движение» – практическое осуществление изменений, для чего требуется тщательное планирование и мудрое управление.

Для успешной реализации изменений недостаточно иметь хорошую идею и увлечь ею участников процесса, необходима также стратегия изменения, согласованная с основными особенностями ситуации. Необходимо отслеживать процесс изменений и своевременно принимать корректирующие меры.

Без тщательного управления этап 2 не может быть успешно пройден.

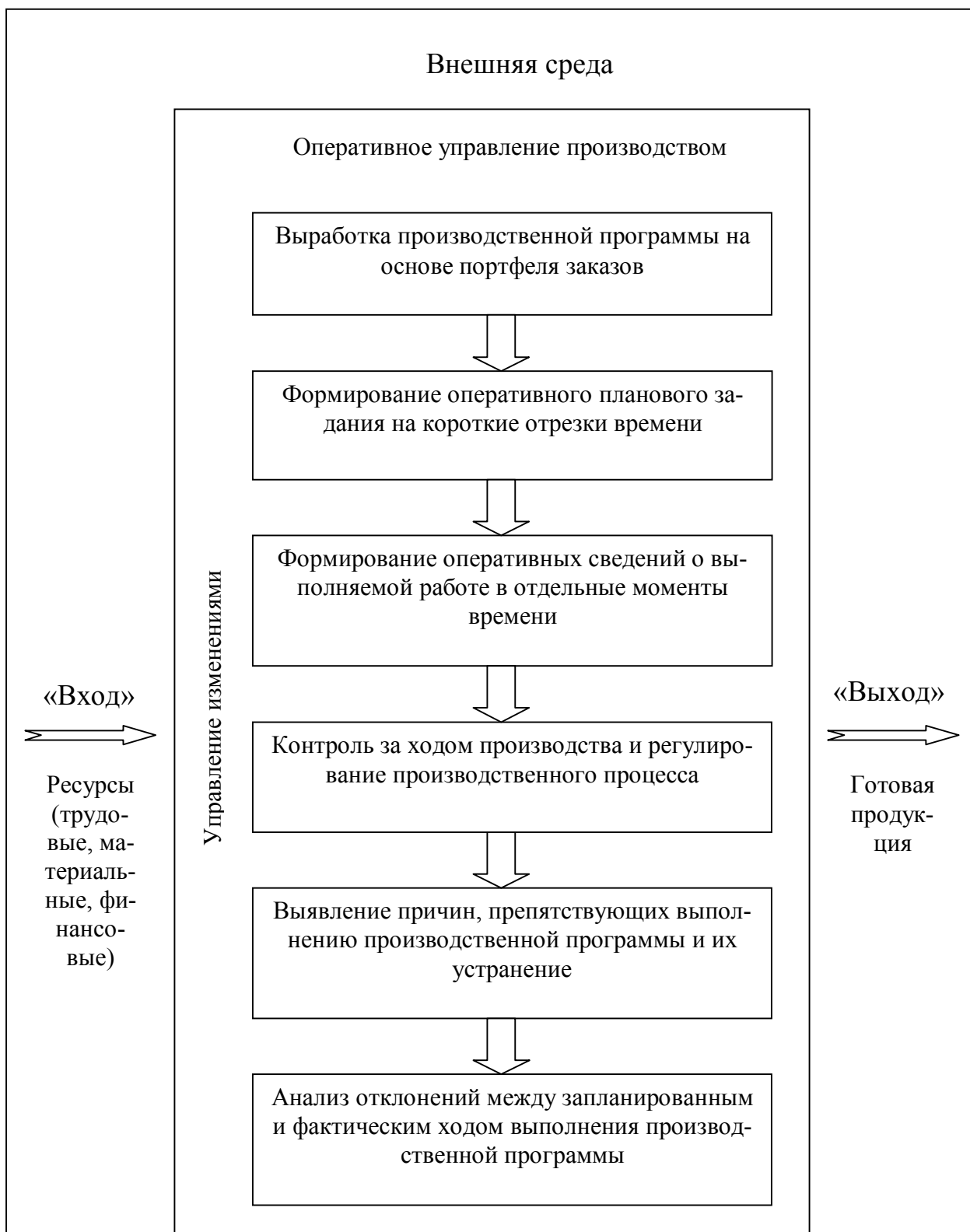


Рис. 1. Система оперативного управления производством в рамках управления изменениями

3. «Замораживание» – когда устанавливаются новые нормы поведения. Следование старым нормам тем или иным образом «наказывается», а новым

нормам – «вознаграждается». На этом этапе могут потребоваться изменения систем контроля.

Недостаток ресурсов, повышение требовательности пациентов, ослабление государственного регулирования, разукрупнение организаций, технический прогресс, стареющее население – все эти факторы провоцируют ускорение изменений внутри организаций. Замораживание необходимо для того, чтобы закрепить достигнутый успех и воспользоваться благами изменений.

На этом этапе признают и вознаграждают новые линии поведения и наказывают за старые.

Согласно модели К. Левина [1], созданной в рамках его концепции управления изменениями, мы также предлагаем проводить анализ силовых полей, как эффективного инструмента диагностики предприятия в отношении изменений. Анализ силовых полей помогает определить силы, которые способствуют или препятствуют достижению изменения или улучшения. Кроме того, в процессе анализа мы можем определить те силы, которые помогут осуществить изменения. Предполагаемое изменение является жизнеспособным. Данный анализ наглядно представлен на рисунке 2.

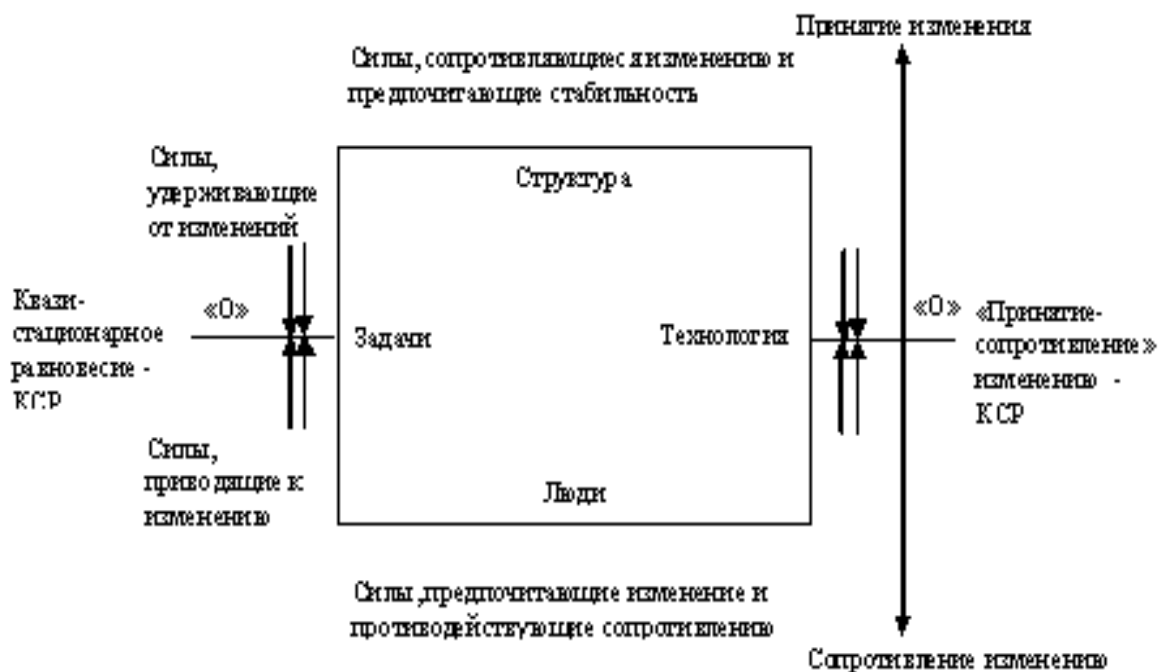


Рис. 2. Анализ силовых полей

Анализ факторов или сил, которые способствуют изменениям или их тормозят. Предполагается, что в любой ситуации изменений действуют две группы сил: способствующих изменениям и противодействующих им, т.е. движущие и сдерживающие силы. Эти силы могут быть изображены на диаграмме в виде стрелок, показывающих их направления и относительные величины.

Эти силы могут быть как внутри, так и вне организации: в поведении людей; в способе мышления; в системе их ценностей; в процессах, которые происходят в стране; в ресурсах.

Чтобы внедрить изменения, необходимо оценить сопротивление и постараться изменить этот баланс на свою пользу.

Библиографический список

1. Духнич. Ю.М. Модель организационных изменений Курта Левина [Электронный ресурс] <http://www.smart-edu.com/model-organizatsionnyh-izmeneniy-kurta-levina.html>

2. Ляпкина Н.А., Жарикова А.В. Методика определения оптимального плана изготовления деталей и расчета суммарных затрат для мелкосерийного производства с использованием оптимизационной модели [Электронный ресурс] // Современные научные исследования. Выпуск 2. – Концепт. – 2014. – ART 54824. – URL: <http://e-koncept.ru/2014/54824.htm> – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.

3. Подвойская Н.Г. Выбор подхода к управлению изменениями – залог успеха проекта по реструктуризации // Управление проектами. 2009. № 3(16).

УДК 339(47+57)

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ

А.Р. Магзумова, Ж.Т. Конурбаев

*Восточно-Казахстанский государственный технический университет
имени Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск*

Современный маркетинг – это сложное социальное явление. Можно согласиться с немецкими специалистами, которые считают, что маркетинг сегодня понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, систематические и нередко агрессивные подходы [14, с. 18]. Необходимо не только реагировать на развитие обстановки, регистрировать параметры окружающей среды, но и следует стремиться самому изменять эти параметры. Изменения параметров окружающей среды порождают формирование новых направлений в маркетинге, которые позволяют повысить эффективность рыночной деятельности отдельных субъектов.

В последнее время появился ряд новых тенденций в маркетинге. И одной из самых важных новых тенденций является холистический маркетинг.

Холистический, или целостный, маркетинг (греч. holos – целый, весь) – подход к маркетингу, при котором все компоненты процесса рассматриваются как единое целое, а не совокупность отдельных элементов.

Холистический маркетинг – это в первую очередь особый, целостный образ мышления, а не набор определенных рецептов и технологий. Его мощным и пока мало исследованным потенциалом сможет воспользоваться любой бизнес, но для этого нужно научиться действовать, не стремясь понимать и контролировать все вокруг. Даже переход от классического 4Р-маркетинга к брендингу

требует серьезного переосмысления: нельзя понять брендинг, не переместив фокус внимания из своего офиса в голову потребителя. Холистический маркетинг просто делает еще один шаг, предлагая принимать во внимание и то, и другое. Холистический маркетинг трудно понять, но это не мешает его успешно использовать. Он дает результаты, а не иллюзию понимания и контроля. Понимание сути холистического маркетинга можно показать через реализацию «эффекта бабочки».

Эффект бабочки – одно из самых известных проявлений сложных систем. В 1970-х годах метеоролог Лоренц сумел доказать, что взмах крыльев бабочки над Гонконгом может стать причиной урагана во Флориде. Атмосфера Земли образует сложнейшую систему, и взмах крыльев бабочки в определенном месте и в определенное время может привести к огромным последствиям даже на противоположной стороне земного шара. Успех предприятия – это целостное состояние, особая атмосфера, которая проявляется на всех его уровнях [8].

Следующее направление это – event – marketing.

С каждым днем море информации, состоящей из разного рода объявлений, рекламных предложений и слоганов, обрушивается на современного человека и становится все больше. Большинство людей воспринимают этот поток информации как мусор и не обращают на него никакого внимания. Также не поспоришь с той истиной, что человек способен усваивать и перерабатывать лишь небольшое количество информации. Все эти факты говорят о том, что в современном мире компаниям все сложнее завоевывать внимание потребителей. Старые рекламные мероприятия со временем теряют свою актуальность и перестают быть эффективными. На смену им нужно придумать новые рекламные ходы. Ведь из общего потока, отправляемого в массы, потенциальный потребитель должен выделить интересующую информацию, запомнить ее и поделиться с другими заинтересованными лицами.

Одним из таких инструментов стал событийный или event-маркетинг ("event" – (англ.) событие). В основе данного способа продвижения лежит организация нестандартных акций, или специальных событий. Потенциальный потребитель должен не только услышать о предмете рекламы, но еще и посмотреть или попробовать его. После такого буквального общения с торговой маркой будущий потребитель сможет не только запомнить продукцию и марку, но и составить собственное мнение о товаре.

Можно сказать, что событийный маркетинг позволяет приблизить бренд и конкретизировать его в сознании потребителей. Ведь если смотреть на вопрос с точки зрения психологии, то в памяти человека лучше откладывается то событие, участником которого он непосредственно был. Во-вторых, положительный опыт общения с представителями той или иной торговой марки вызывает чувство благодарности и положительные эмоции от общения и передачи опыта. А значит, появляется желание вернуться еще раз. Третьим немаловажным аспектом является то, что на разного рода мероприятия, устраиваемые представителями компании, потенциальные потребители приходят добровольно. Благодаря этому за ними сохраняется право выбора, и никто им не навязывает собственное мнение.

Поэтому для решения подобных задач, когда реклама и другие способы продвижения товаров превращаются в праздник, когда идея о необходимости потребления того или иного товара доносится до потребителя в виде некоего яркого и запоминающегося действия, в которое зачастую вовлекается и он сам, и был придуман event - marketing, с целью найти новый способ сближения с целевой аудиторией, когда уже известные больше не работают и изобилуют идентичными предложениями.

Грамотный event-маркетинг способствует значительному увеличению узнаваемости бренда. В зависимости от типа маркетинговой среды выделяют множество различных форматов event-маркетинг. Основные из них: открытие, презентация, выставка и праздник [16, с. 39].

Интернет маркетинг.

Интернет-маркетинг – это совокупность определённых методов, способствующих хозяевам объединённых web-источников движению своих сайтов в мировой сети интернета, а также их реклама, в результате чего продвигают свой торговый знак бизнес-предприятия, что позволяет получить хороший доход с помощью мировых технологий.

Интернет представляет собой совершенно новую среду для связи и общения, отличную от привычных всем средств массовой информации. Как следствие, традиционные приемы маркетинга и методы ведения бизнеса в целом ряде случаев неприменимы к миру Интернета в их существующей форме. Широкие возможности Интернета ставят перед современными компаниями достаточно сложную задачу их эффективного использования в коммерческой деятельности и требуют адаптации старых или разработки новых методов ведения бизнеса [1, с. 7].

Появление и развитие сети Интернет, совершенствование информационных технологий, систем и стандартов их взаимодействия привели к созданию нового направления современного бизнеса – электронному бизнесу.

Определение электронного бизнеса – это любая деятельность, использующая возможности глобальных информационных сетей для ведения коммерческой деятельности. Электронная коммерция представляет собой средство ведения бизнеса в глобальном масштабе. Она позволяет компаниям более полно взаимодействовать с поставщиками и быстрее реагировать на запросы и ожидания заказчиков. Компании получают возможность выбора поставщиков независимо от географического расположения, а также возможность выхода на глобальный рынок со своими товарами и услугами.

Появление и развитие Сети в конечном итоге привело к ее присоединению к существующему перечню способов и мест продажи. Тем самым в списке форм розничной торговли добавилась еще одна – розничная торговля в Интернете, главным элементом которой стали интернет-магазины.

Интернет-магазин – это web-сайт, обеспечивающий продажи через Интернет с использованием электронного каталога или другого способа представления продукции. Число продуктов, представляемых и продаваемых на одном сервере, может составлять от единиц до нескольких тысяч. Оплата товара может производиться как при помощи интерактивных платежных систем, так и

традиционными способами - банковским или почтовым переводом, при доставке товара покупателю, наложенным платежом и т.д. [2, с. 17].

Нейромаркетинг.

Нейромаркетинг – прикладной раздел нейроэкономики, представляющий собой новый методологический подход маркетинга, включающий в себя исследования потребительского поведения с применением инструментария нейронаук. Нейромаркетинг изучает потребительское поведение (мышление, познание, память, эмоциональные реакции и т.д.), ставя своей ключевой задачей прогноз потребительского выбора индивидов.

Ардт Трайндл в своей книге “Нейромаркетинг: Визуализация эмоций” пишет, что нейромаркетинг представляет собой сбор и интерпретацию информации об произвольных реакциях человека на какие-либо атрибуты бренда: название, логотип, сочетание цветов, аудиосигналы, символы и прочее. При этом могут исследоваться: пульс, потоотделение, токи мозга, движение зрачка и другие спонтанные реакции человека [7, с. 39].

Понять потребителя можно, но сложно. Чтобы заглянуть в загадочную душу потребителя, ритейлерам постоянно приходится раскошелиться на кругленькие суммы. Ведь хорошее маркетинговое исследование стоит недешево. Но опять же – где гарантия того, что исследования, как в зеркале, отразят все покупательские мысли? Покупатель – расчетлив и скрытен. Плюс – ему не хочется чувствовать себя подопытным кроликом и изливать душу ради процветания какой-то там компании. Уже давно известно, что на фокус-группы частенько попадают завсегдатаи, которые не прочь с пользой для себя провести время и угостить исследователей порцией заранее заготовленных ответов.

Да если человек и захочет быть искренним, не всегда он может ответить на вопрос, почему он предпочитает тот или иной продукт. Потому что разум и реальные мотивации, по-хорошему говоря, здесь не совсем при чем. Все дело в эмоциях и подсознании.

Нейрофизиологические реакции же практически невозможно сознательно контролировать, однако их необходимо регистрировать непосредственно в момент контакта респондента с интересующим исследователя стимулом. При помощи нейромаркетинговых исследований можно получить достоверные ответы о том, какие эмоции испытывают респонденты при контакте со стимулом, а также однозначно определять их предпочтения среди представленных им для выбора вариантов.

Персональный маркетинг.

Персональный маркетинг – маркетинг, направленный на изменение или поддержание конкретной позиции или линии поведения определенных лиц. Персональный (личностный) маркетинг является одним из наиболее сложных видов специального маркетинга.

Персональный маркетинг подразумевает общение с каждым покупателем. Можно собрать информацию о клиенте и позвонить ему с конкретным предложением. Но такой подход часто оказывается неэффективным, он может даже оттолкнуть человека от компании. Ведь не всем нравится даже такое вторжение в личную жизнь. Персональный маркетинг целесообразно применять с помо-

шью комплиментарных товаров.

Чем больше предложений я сделаю покупателю, тем больше вероятность того, что он согласится хоть на какое-то из них. Такой подход часто приносит результат, прямо противоположный ожидаемому. Клиенту быстро надоедает просматривать бесконечные предложения, и рано или поздно он перестанет на них реагировать вообще. Если учитывать то, что такими интенсивными предложениями могут пользоваться сразу несколько компаний, клиент просто растеряется в бесконечном потоке сообщений. В результате все старания, потраченные на то, чтобы предложение было как можно более привлекательным, окажутся напрасными.

Не рекомендуется также проводить рассылки строго по расписанию. К примеру, раз в месяц. Конечно, это снимает проблему «завала» сообщений, но зато возникают другие проблемы. Эксперты рекомендуют рассылать предложения не строго по графику, а тогда, когда они могут максимально заинтересовать потребителя. Нецелесообразно предлагать купить шубу в июле или надутьной круг в декабре. Отслеживая покупки каждого клиента, стоит также присматриваться к необходимым аксессуарам. Человек покупает компьютер, значит через некоторое время нужно прислать предложение купить принтер со скидкой. Не стоит делать предложение сразу после предыдущей покупки, нужно дать покупателю некоторое время на то, чтобы он «созрел». Также нецелесообразно предлагать покупателю какой-либо товар по его реальной цене, ведь это будет не слишком привлекательно для клиента. Предлагать нужно либо товар со скидкой, либо какие-то дополнительные бонусы [11].

Программы лояльности нужно составлять так, чтобы они были понятны потребителю. Если программа лояльности будет слишком усложненной, она будет отпугивать покупателей, а не привлекать их. Анкеты, которые предлагают заполнить покупателю, должны вмещать не более пяти пунктов. Кроме того, спрашивать покупателя нужно только о том, что имеет прямое отношение к товару. Излишнее любопытство вредно, поскольку оно вызовет у покупателя недоумение, а то и раздражение. Покупатель должен хорошо понимать, для чего ему задают вопросы.

Вирусный маркетинг.

Вирусный маркетинг – это стратегия, при которой товар, услуга или их реклама так влияют на человека, что он «заражается» идеей распространения этого продукта и сам становится активным ее рекламоносителем. Сам термин «вирусный» означает автономное распространение, которое ложится в основу всей сути этого процесса. Использование вирусного маркетинга выгоднее всего в Интернете. Человек, получив информацию, распространяет в кругу своего общества, те распространяют в своем кругу дальше. Причем общество воспринимает это как досуг и развлечения, а вовсе не как рекламу.

Вирусный маркетинг имеет много общего с обычным вирусом, он также заражает человека, общающегося с распространителем информации (вируса), тем самым превращая его в распространителя. Вся суть вирусного маркетинга в том, чтобы люди добровольно рассказывали информацию только потому, что она ему нравится и полезна. Информация может быть представлена в различ-

ных видах: видео, фото, флеш-игры или обычный текст. Вирусный маркетинг имеет свои преимущества и недостатки.

Преимущества вирусного маркетинга.

Самое главное преимущество состоит в малых затратах времени и денег. Ведь информацию можно совершенно бесплатно выложить на Интернет-ресурс. Надо только понять, какую информацию создать и как правильно ее преподнести, чтобы пользователи действительно захотели распространять.

Еще одним преимуществом является повышение доверия людей к товару (услуге) из-за того, что они узнают о нем не через рекламу, а напрямую от друзей и знакомых, которым они доверяют.

Еще одним немаловажным преимуществом из рассматриваемых нами является возможность легкой проверки того, насколько рекламная кампания оправдывает себя и насколько полезным для пользователей является товар (услуга).

Недостатки вирусного маркетинга:

1. Первым недостатком является сложность контроля над явлением вирусного маркетинга. Довольно сложно контролировать, насколько необходимым является мнение пользователей. Неверно сформированное мнение окажет эффект, явно противоположный ожидаемому.

2. Но самым существенным недостатком является то, что повышение спроса после применения вирусного маркетинга имеет относительно непродолжительное время жизни и затем вновь снижается до минимума.

Вирусный маркетинг играет хорошую роль в направлении интернет-маркетинга. В последнее время в связи с бурным развитием интернета и появлением экономичных тарифов популярность применения вирусного маркетинга принимает огромные масштабы [15].

Мобильный маркетинг.

Мобильный маркетинг – это маркетинговые мероприятия, которые направлены на рекламу и продвижение товаров и услуг посредством сотовой связи. Мобильный маркетинг состоит из большого количества технических и маркетинговых решений, которые позволяют Вам реализовать ряд разнообразных задач. Наше агентство мобильного маркетинга предлагает такие услуги, как: SMS-акции, IVR-голосовые сервисы, Интерактивные экраны, Bluetooth-маркетинг, Мобильные платежи и прочие сервисы для стимулирующих лотерей, бонусных программ, стимулирования торгового персонала и других маркетинговых проектов [5].

Можно добиться значительного успеха в мобильной рекламе, если организовывать весь процесс грамотно и рационально. Если взаимодействовать с абонентами в динамичном режиме, то это будет дополнительной помощью в продвижении товаров и услуг. Клиенты должны иметь возможность подписаться на рассылку, но с такой легкостью должны иметь возможность и отписаться. Важно делать оценку эффективности рекламных акций через СМС, учитывать всю дополнительную информацию о человеке, когда выполняется настройка распространения новостей и предложений.

Мобильный маркетинг – это разнообразные маркетинговые коммуникации

с потребителем при помощи сотового телефона. Правильное использование мобильных технологий в промо-акциях и рекламных кампаниях дает многократный прирост эффективности [4].

Партизанский маркетинг.

Партизанский маркетинг – это термин, используемый для определения таких маркетинговых ходов или мероприятий, которые в большой степени отличаются от обычных способов и методов рекламы продукта, услуг, а также проведения рекламной кампании.

Партизанский маркетинг подразумевает под собой отказ от прописных истин, нестандартность ходов, новизну решений, а также высокие результаты при существующих ограниченных финансовых возможностях и кадровых проблемах. Здесь, при отсутствии серьёзных финансовых возможностей, особенно ценна оригинальная созидательная способность человеческого мозга, которая позволяет при минимальных затратах достигнуть больших и значимых для компании результатов внедрения в массы конечного продукта [9, с. 192].

Основная предпосылка партизанского маркетинга заключается в том, что у фирмы нет большого рекламного бюджета. Поэтому первой особенностью партизанского маркетинга, отличающей его от маркетинга классического, является отказ от традиционной рекламы в СМИ как от основного способа продвижения. Вместо этого используются либо дешёвые рекламоносители, либо «окольные» пути продвижения, нетрадиционные рекламные каналы.

Вторая особенность партизанского маркетинга заключается в том, что большинство его приёмов дают результат либо немедленно, либо спустя короткое время. Поскольку малый бизнес не обладает запасами наличных, он не может ждать месяцами, пока сработает реклама – и партизанский маркетинг даёт ряд инструментов, которые позволяют получить новых клиентов буквально на следующий день.

Еще одной особенностью партизанского маркетинга являются его методы, которые зачастую невидимы для конкурента и поэтому не могут быть им скопированы. Если обычная рекламная активность фирмы видна не только потенциальным клиентам, но и конкурентам, то большинство «партизанских» способов рекламы скрыты от посторонних глаз – эту рекламу увидят только потенциальные покупатели, и больше никто.

Сенсорный маркетинг.

Сенсорный маркетинг помогает выработать у человека условный рефлекс – четкую ассоциацию мелодии, звуков, запахов, цветов с определенными брендами. Главная задача сенсорного маркетинга (sensory marketing) – создать приятные ассоциации с брендом в момент покупки и улучшить настроение покупателя, т.к. большинство потребителей ждут от шопинга в том числе и приятных эмоций.

Цвет. Удачное цветовое оформление интерьера привлекает покупателей, создает особую атмосферу, способствует комфортному времяпрепровождению. Знание психологической семантики цветов помогает выбирать цветовое решение таким образом, чтобы оно соответствовало характеру и настроению потребителей и наиболее эффективно формировало их эмоциональное восприятие

товара. Цветовое решение необходимо учитывать и в зависимости от времени года. Например, осенью и зимой большинство людей испытывают дефицит позитивных эмоций. В этот период запомнится скорее бренд с яркой и динамичной рекламой, чем с нейтральной и спокойной.

Цвет и Звук. На научном уровне недавно было доказано, что каждый звук тоже окрашен в свои психологические характеристики и подсознательно воздействует на решения и поступки людей. Ассоциации между определенными звуками и их значениями являются довольно устойчивыми, они могут не осознаваться потребителями, но использование ассоциированных со словом цветов в упаковке повышает коммуникативную эффективность брендов и рекламных затрат.

Звук. Психологи установили, что быстрая музыка вынуждает покупателей быстрее двигаться вдоль рядов, а медленная, наоборот, способствует увеличению времени на выбор товаров. Когда звучит громкая музыка, покупатели проводят в магазине меньше времени, однако денег тратят больше. Данный принцип используется и в фастфудах, в частности, McDonald's. Специальный служащий постоянно анализирует количество посетителей в зале и решает, какой компакт-диск поставить в данный момент. Если посетителей в зале много, проигрывается динамичная музыка, чтобы быстрее освободились места для новых посетителей. И, наоборот, если посетителей мало, включается спокойная, расслабляющая музыка. Это побуждает клиентов провести в заведении больше времени, а значит – потратить больше денег.

Музыкальный слоган и Музыкальный логотип. Некоторые компании имеют собственный звуковой логотип и/или звуковой слоган, который становится гармоничным дополнением фирменного стиля компании и создает дополнительную эмоциональную связь с потребителями. А если на протяжении нескольких лет в различных рекламных роликах определенной компании будет появляться один и тот же мотив, то по прошествии определенного времени он приобретет статус звукового логотипа.

Рекламная песенка (джингл). Многократные эксперименты доказали, что произнесенное слово воспринимается легче написанного, а произнесенное нараспев еще сильнее привлекает внимание. Песенка может стать составляющей фирменного стиля, но для того, чтобы состоялась эффективная коммуникация, необходимо, чтобы мелодия на долгое время оставалась незаменимым элементом рекламной кампании.

Запах. Аромаркетинг – важнейшая составляющая сенсорного маркетинга. Магазины по всему миру – от булочных и бутиков женской одежды до универсамов и магазинов мебели, даже магазины по продаже бытовой электроники – используют силу ароматов для стимулирования продаж.

Пекарни, расположенные в универсамах, увеличивают объемы продаж, насыщая воздух ароматом свежеспеченного хлеба, тем самым побуждая совершать импульсные покупки. Всемирно известная кожаная фирма Louis Vuitton во вновь открытом магазине фирмы, помимо изысканного интерьера, ароматизировала торговый зал специально разработанным составом, в основе которого лежит тонкий запах дорогой кожи. Продавцы мебели используют

ароматы хвойного дерева. Банки создают обстановку спокойствия, благожелательности и благополучия в расчетных центрах, используя ароматы, и даже ароматизируют чековые книжки (Банк Societe General).

Осязание. Для стимулирования интереса к товару можно использовать «ностальгию» по тактильным ощущениям, так Kodak построила рекламную кампанию своих портативных принтеров. Цифровая фотография – это быстро и удобно, но при этом не хватает самих снимков, которые можно подержать в руках, заключить в рамку и поставить на стол. «Купите себе портативный принтер и верните переживания, которых так не хватало», – призывает «Kodak».

Сенсорный маркетинг должен дарить потребителю особые ощущения. Поддавшись магии цветов, звуков и ароматов, окунувшись в приятную атмосферу, оставив в памяти самые лучшие ассоциации от процесса покупки, он непременно захочет вернуться к продавцу [12].

Латеральный маркетинг.

Латеральный маркетинг базируется на поиске новых возможностей, фокусируясь на неучтенных желаниях потребителей. Он базируется на поиске новых возможностей путем обращения к одному или нескольким желаниям потребителя, которые мы отбросили при предыдущем определении товара или услуги. Филип Котлер – тот самый герой, который адаптировал теорию латерального мышления. Он и Фернандо Триас де Без создали новую концепцию – латеральный маркетинг. Авторы решили расширить инструментарий маркетинга за рамки последовательного и логичного процесса, на котором он базируется, и помочь компаниям генерировать новые идеи, которые не могут предложить ни потребители, ни маркетинговые исследования.

Алгоритм латерального подхода в маркетинге:

1. Нужно выбрать “фокус”. Это продукт или услуга, которые мы намерены трансформировать в нечто принципиально другое.
2. Произвести “латеральное замещение”, чтобы создать мыслительный стимул, подстегивающий наши креативные способности. Латеральное замещение – это прерывание обычного течения логической мысли, обычной цепочки суждений где-нибудь в ее середине.
3. Создать новое соединение, новую связь.

В латеральном мышлении разрыв или щель можно создать шестью способами: заменой, переворотом, комбинированием, гиперболизацией, устранением или изменением порядка в вашем товаре или услуге. В качестве примера приводится латеральное мышление над традицией посылать на день святого Валентина своим возлюбленным букет роз. И вот какие латеральные маркетинговые идеи предлагают Котлер и де Без: замена, переворот, комбинирование, гиперболизация, устранение, изменение порядка.

Каждый из этих вариантов создает разрыв, щель в логике – все идеи, которые получились, нелогичны и теперь нам нужно заполнить щель, создать соединение, найти логическую связь между традицией посылать розы и теми причудливыми идеями, которые у нас родились в результате латерального мышления [3].

Библиографический список

1. Интернет маркетинг: Учебник / Под ред. И.В. Успенского – СПб.: Издательство СПбГУЭиФ, 2003. – С. 197.
2. Интернет-маркетинг: Что такое и кому он полезен. – Худрук [Электронный ресурс] <http://blogimk.net/internet-marketing-chto-eto-takoe-i-komu-on-polezen.html>.
3. Латеральный маркетинг [Электронный ресурс] <http://ru.paperblog.com/chto-takoe-lateralnyij-marketing-412165/>
4. Мобильный маркетинг [Электронный ресурс] <http://www.kemo.ru>.
5. Мобильный маркетинг [Электронный ресурс] <http://vitamediagroup.ru/services/mobile>.
6. Нейромаркетинг - массовое управление потребителем сознанием [Электронный ресурс] <http://www.b-seminar.ru/article/show/396.htm>.
7. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций: Учебное пособие / Под ред. АрндтаТрайндла. - СПб.: Альпина Паблишерз, 2008. - С. 116.
8. Новое направление в маркетинге. - Холистический маркетинг [Электронный ресурс] http://www.garagebiz.ru/view/novoe_napravlenie_v_marketinge._holisticheskij_marketing/marketing2.
9. Новые правила маркетинга и PR. Как правильно использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. - Учебное пособие / Под ред. Д.М. Скотта - перевод: Валерий Апанасик, Григорий Огибин. - М.: Издательство «Альпина Паблишер», 2011. - С. 352.
10. Основы маркетинга: Учебник / Под ред. Котеровой Н.П. - М.: Издательство «Академия», 2011. - С. 144.
11. Персональный маркетинг [Электронный ресурс] <http://www.naim.ru/nodes/Персональный-маркетинг-Часть-I003572.html>.
12. Сенсорный маркетинг [Электронный ресурс] <http://www.merchandising.ru/publications/sensornyj-marketing-kak-instrument-novogo-tysyacheletiya>
13. Событийный маркетинг. Руководство для заказчиков и исполнителей: Учебное пособие / Под ред. Назиминко А. - М.: Издательство «Вершина», 2007. - С. 224.
14. Современный маркетинг: Учебное пособие / Под ред. В.Г. Хруцкого - М.: Финансы и статистика, 1996. - С. 131.
15. Современный маркетинг: Вирусный маркетинг [Электронный ресурс] http://www.businesssuccess.ru/business_v_internete/internet_marketing/virusnyj-marketing.html
16. Event-маркетинг: сущность и особенности организации: Учебное пособие / Под ред. А.И. Романцова - СПб.: Дашков и Ко, 2009. - С. 116.

ББК (УДК) 338.2

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

А.А. Мукатаева, Г.А. Орынбекова

Государственный университет имени Шакарима города Семей

Эффективность – это категория результативности производства, труда или управления. Можно оценивать как эффективность деятельности аппарата управления данной компании в целом, так и эффективность отдельных управленческих решений. Для оценки существуют как объемные показатели, так и удельные качественные показатели. В этом случае эффективность организационно-технических мероприятий, осуществленных в соответствии с принятым управленческим решением, выражается путем соизмерения затрат по этим мероприятиям и результатов, полученных вследствие их проведения. Повышение эффективности управления – это прежде всего повышение эффективности управляемого объекта. Так, если компания сэкономила ресурсы, повысила объем производства, работ, услуг, повысила объем прибыли, качество обслуживания и т.п., менеджеры организации вправе приписать это к своим заслугам и трактовать успехи компании как свои собственные. Однако эффективность компании может повыситься и за счет факторов, не зависящих от менеджеров (рост совокупного спроса, усиление монополии на рынке, уход с рынка конкурентов), но при всем этом общий рост эффективности компании очень трудно разделить по факторам, зависящим от управления и не зависящим от него.

В настоящее время принято выделять несколько основных способов, использующихся для повышения эффективности управленческой деятельности. Такие способы направлены обычно непосредственно на руководителя, на его профессиональные и личные качества, либо на отдельный элемент управленческой деятельности. Работа, целью которой является повышение эффективности управления, может начинаться с того элемента, модернизация которого представляет наибольшую актуальность. На этом этапе проводимой работы важно не забывать, что между этими элементами имеется четкая взаимосвязь. Для того чтобы было более понятно, рассмотрим некоторые пути эффективности управления более подробно. Одним из самых распространенных путей является работа по совершенствованию структуры управления. Сюда можно отнести действия, целью которых является максимальное упрощение структуры, определение полномочий действующего руководства с учетом личных качеств и квалификации. Также сюда относятся работы по децентрализации большинства основных функций; работа по созданию и реализации стратегии развития фирмы. Такая работа проводится на основе результатов исследования слабых и сильных сторон организации. Кроме этого, на данном этапе разрабатывается философия и политика компании, которая охватывала бы все функциональные области; а также мероприятия по разработке информационной системы органи-

зации. Самым главным методом, который способен существенно повысить эффективность управления, остается мотивация. Мотивация – это не только ключ к успешному делу, но и лучший способ повысить эффективность деятельности руководителя совместно со своим коллективом.

Управление любым процессом, в том числе и процессом повышения эффективности организации, начинается из определения объектов, целей, ресурсов и методов управления. В основе любых методов повышения эффективности управления положен системный подход, который предусматривает рассмотрение всех событий, явлений и процессов в их взаимосвязи, будь то какое-либо предприятие, организация или крупная компания. Конечно же, это невозможно без понимания того, что все они являются частью одной сложной системы.

Системный подход как нельзя лучше подходит к Национальной компании «Қазақстантеміржолы», действующая структура которой представляет собой структуру интегрированной компании, организованной по функциональному принципу, с 28 дочерними организациями, осуществляющими профильные и непрофильные виды деятельности и имеющими географическое присутствие на всей территории Казахстана.

Республиканское государственное предприятие «Қазақстантеміржолы» было создано в январе 1997 года путем слияния республиканских государственных предприятий: Управления Алматинской железной дороги, Управления Целинной железной дороги и Управления Западно-Казахстанской железной дороги [1]. Слияние таких крупных структур было осуществлено в целях оптимизации структуры управления перевозочным процессом, ликвидации излишних звеньев и финансово-экономического оздоровления железнодорожной отрасли [2]. Также путем слияния РГП «Қазақстантеміржолы» и его дочерних государственных предприятий в марте 2002 года было образовано закрытое акционерное общество (ЗАО), которое в апреле 2004 года в соответствии с Законом РК «Об акционерных обществах» было перерегистрировано в АО «НК «КТЖ»» [3].

В настоящее время АО «НК «КТЖ» имеет холдинговую структуру, основанную на обеспечении функциональной целостности и управляемости железнодорожной отрасли в перевозочном процессе. АО «Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына» является единственным акционером АО «НК «КТЖ». «Самрук-Казына» решает задачи совершенствования системы корпоративного управления, повышения прозрачности бюджета, управляет деятельностью АО «НК «КТЖ» через Совет директоров, при этом не вмешиваясь в его оперативную работу.

Деятельность АО «НК «КТЖ» контролируется Министерством транспорта и коммуникаций РК, которое выступает в качестве уполномоченного органа, осуществляет реализацию государственной политики в области железнодорожного транспорта, координацию, регулирование и контроль деятельности транспортно-комплексного комплекса в Казахстане. АО «НК «КТЖ» осуществляет такие виды деятельности, как выполнение функций оператора магистральной железнодорожной сети, перевозка пассажиров и грузов железнодорожным транспортом.

Указанная деятельность регулируется соответственно Законами РК «О железнодорожном транспорте» и «О естественных монополиях и регулируемых рынках» [4].

Целевая модель развития АО предусматривает разделение инфраструктуры и перевозочной деятельности, открытие доступа к услугам инфраструктуры независимых перевозчиков и дерегулирование услуг по перевозке на условиях обеспечения равенства посредством недискриминационного доступа независимых перевозчиков к услугам инфраструктуры и замещения объемов субсидирования пассажирских перевозок из средств республиканского бюджета.

Главой Государства РК поставлена задача по формированию на базе «КТЖ» Национальной транспортно-логистической компании. Для достижения поставленной задачи, в рамках формирования Целевой модели «НК «КТЖ», предусмотрена реструктуризация корпоративного бизнес-портфеля с развитием новых сегментов бизнеса.

Портфель активов «НК «КТЖ» не является диверсифицированным. Сектор профильных услуг объединяет организации, оказывающие транспортно-инфраструктурные услуги, которые составляют базовую деятельность компании. К сектору непрофильных услуг относятся активы, которые не имеют отношения к производственной цепи создания стоимости для конечных потребителей услуг по перевозке.

Принято решение о формировании целевой структуры «КТЖ» в соответствии с отраслевой Программой и Стратегией компании на основе:

- разделения инфраструктурной и перевозочной деятельности, консолидации профильных активов;
- отчуждения непрофильных активов, не имеющих стратегического значения.

Данная целевая структура «КТЖ» включает бизнес-единицы, ответственные за оказание транспортно-логистических услуг. Реструктуризация активов группы компаний «КТЖ», осуществляемая в соответствии с Отраслевой программой, приведет к сокращению количества дочерних и внучатых организаций со 103 до 37 единиц. Реструктуризация основной деятельности началась с выделения в 2012 году дочерней компании АО «КТЖ - Инфраструктура» из состава «КТЖ».

Структурные изменения требует глубокой переработки нормативной и методологической базы для обеспечения функционирования Целевой модели отрасли. Для этого решается комплекс задач, в том числе:

- принятие закона о внесении изменений в некоторые законодательные акты по вопросам транспорта;
- разработка подзаконных нормативных правовых актов;
- реализация Соглашения о регулировании доступа к услугам железнодорожного транспорта;
- решение вопросов стопроцентного субсидирования потребностей пассажирских перевозок.

К 2014 году ожидаются следующие результаты повышения эффективности управления компанией:

- оптимизация административно-управленческого аппарата на 17%, или 1950 человек;

- оптимизация производственного персонала на 4%, или 6 090 человек.

На сегодняшний день железнодорожный транспорт является важнейшей составляющей частью производственной инфраструктуры Республики Казахстан. Географические условия Казахстана (отсутствие прямого выхода к морю, наличия судоходных рек), обширность территории, сырьевая структура производства и размещение производительных сил, неразвитость автотранспортной инфраструктуры делают роль железнодорожного транспорта в экономике чрезвычайно важной. Железнодорожная отрасль Казахстана является развивающейся сферой экономики, производственный и технический потенциал которой стабильно увеличивается в последнее время и обеспечивает занятость более 156 тысяч человек.

Технология принятия эффективных управленческих решений представляет собой совокупность методов, способов, инструментов, процедур по планированию и прогнозированию, организации, мотивации и контролю функционирования комплекса. В данном случае повышение эффективности будет достигнуто за счет предусматриваемой консолидации активов, децентрализации функций и реализации программы повышения производительности труда. Таким образом, внедрение целевой модели развития железнодорожной отрасли предполагает принятие основных управленческих решений как на правительственном уровне, так и на уровне самой компании.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РК от 31 января 1997 г. №129 «О реорганизации предприятий железных дорог РК».

2. Постановление Правительства РК от 15 марта 2002 г. №310 «О создании закрытого акционерного общества «Национальная компания «Қазақстан теміржолы»».

3. Закон РК «Об акционерных обществах» от 13 мая 2003 года.

4. Закон РК «О железнодорожном транспорте» от 8 декабря 2001 г. №266-ІІ.

ББК 65.26

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО ПОРТФЕЛЯ В ИНТЕГРИРОВАННЫХ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУРАХ

О.П. Осадчая, Е.Б. Кожевников

Рубцовский индустриальный институт, ООО «ЗЕРНО-СОЮЗ», г. Рубцовск

Постоянная изменчивость налогового законодательства существенно усложняет процесс получения налогового синергетического эффекта, возникающего при взаимодействии участников агропромышленной интегрированной бизнес-структуры, что ставит перед корпоративным налоговым управлением новые задачи по оптимизации налогового портфеля корпоративного объединения и его участников. Одним из способов налоговой оптимизации является

возможность выбора бизнес- единицей режима налогообложения, состоящего из основных налогов и взносов, которые ей надлежит уплачивать, а также из их конкретных ставок и льгот.

В своей практике предприятия, участвующие в агропромышленных объединениях, применяют один из трех режимов налогообложения: общий режим налогообложения (далее- ОСНО), упрощенную систему налогообложения (далее- УСН) и систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог) (далее- ЕСХН). Каждому режиму налогообложения характерно определенное налоговое поле, представленное в таблице 1.

С целью поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей и субъектов малого бизнеса, наряду с возможностью применения специальных налоговых режимов, были установлены льготные ставки по взносам на социальное обеспечение. Использование возможности их льготирования, в условиях агропромышленной интеграции, значительно способствовало получению эффекта налоговой корпоратизации.

Таблица 1

Перечень основных обязательных платежей в зависимости от выбранного режима налогообложения
(с изменениями, вступающими в силу с 01 января 2015 года)

Перечень налогов и взносов	ЕСХН	УСН	ОСНО
НДС	-	-	+
Налог на прибыль	-	-	+
Налог на имущество организации	-	-	+
Транспортный налог	+	+	+
Земельный налог	+	+	+
Единый налог	+	+	-
Взносы на социальное обеспечение (в Пенсионный фонд РФ и Фонд социального страхования РФ, в Фонд обязательного медицинского страхования)	+	+	+
Водный налог	+	+	+
НДФЛ	+	+	+

Примечание: перечень основных налогов и взносов приведен по общему правилу.

Однако проведенный анализ ставок по взносам на социальное обеспечение в Пенсионный фонд РФ, в Фонд обязательного медицинского страхования и Фонд социального страхования, для различных режимов налогообложения, показал то, что они фактически сравнялись, что подтверждается данными, приведенными в таблице 2.

Для предприятий, сельскохозяйственных товаропроизводителей, применяющих такой льготный режим налогообложения, как ЕСХН, совокупная ставка страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации, в Фонд социального страхования и в Фонд медицинского страхования с 2010 года по 2014 год выросла с 10,3 до 28,1%, или в 2,7 раза. За аналогичный период времени совокупная ставка страховых взносов в те же фонды для предприятий, применяющих УСН, выросла с 14 до 30%, или в 2,1 раза, и сравнялась с совокупной ставкой, применяемой при ОСНО. И все же среди рассматриваемых режимов налогообложения низкой пока еще остается совокупная ставка взносов на социальное обеспечение, уплачиваемых при ЕСХН.

Таблица 2

Величина тарифа страховых взносов, уплачиваемых в Пенсионный фонд РФ, в Фонд социального страхования РФ и в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования в зависимости от применяемого режима налогообложения

Год	Плательщик страховых взносов, применяющий ЕСХН				Плательщик страховых взносов, применяющий УСН				Плательщик страховых взносов, применяющий ОСНО			
	Отчисления в ПФ (%)	Отчисления в ФОС (%)	Отчисления в ФСС (%)	Совокупная ставка страховых взносов (%)	Отчисления в ПФ РФ (%)	Отчисления в ФОС (%)	Отчисления в ФСС (%)	Совокупная ставка страховых взносов (%)	Отчисления в ПФ РФ (%)	Отчисления в ФОС (%)	Отчисления в ФСС (%)	Совокупная ставка страховых взносов (%)
2010	10,3	-	-	10,3	14,0	-	-	14,0	20,0	3,1	2,9	26,0
2011	16,0	2,3	1,9	20,2	26,0	5,1	2,9	34,0	26,0	5,1	2,9	34,0
2012	16,0	2,3	1,9	20,2	22,0	5,1	2,9	30,0	22,0	5,1	2,9	30,0
2013	21,0	3,7	2,4	27,1	22,0	5,1	2,9	30,0	22,0	5,1	2,9	30,0
2014	22,0	3,7	2,4	28,1	22,0	5,1	2,9	30,0	22,0	5,1	2,9	30,0

Примечание: Совокупная ставка страховых взносов приведена без учета тарифа взносов на страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний, уплачиваемых в Фонд социального страхования РФ.

Сельскохозяйственным товаропроизводителям предоставлена возможность выбора между ОСНО и ЕСХН. Общий режим налогообложения предполагает уплату таких налогов, как: НДС, налог на имущество организаций, транспортный налог, земельный налог, налог на прибыль. В отношении последнего, в со-

ответствии п. 1.3 ст. 284 НК РФ, для сельскохозяйственных товаропроизводителей, отвечающих критериям, предусмотренным пунктом 2 статьи 346.2 НК РФ, налоговая ставка по деятельности, связанной с реализацией произведенной ими сельскохозяйственной продукции, а также с реализацией произведенной и переработанной данными налогоплательщиками собственной сельскохозяйственной продукции, устанавливается в размере 0 процентов [1].

Поскольку основными потребителями сельскохозяйственной продукции выступают предприятия перерабатывающей отрасли, применяющие, как правило, общий режим налогообложения, то им экономически целесообразно приобретать сырьё у контрагентов, применяющих аналогичный режим налогообложения и являющихся плательщиками НДС. Что же касается хозяйствующих субъектов, непосредственно занятых производством сельскохозяйственной продукции и применяющих специальные режимы налогообложения, то теоретически они должны снизить цену реализации на величину НДС. На практике, в связи со стремлением подороже реализовать свою продукцию, данный принцип практически не работает. Стремясь минимизировать налоговый портфель, сельскохозяйственные товаропроизводители просто игнорируют возможность применения общей системы налогообложения и использование в ее рамках льготы по налогу на прибыль. Что же касается НДС, то в отношении реализации сельскохозяйственной продукции применяется ставка по рассматриваемому налогу в размере 10%, а приобретаемые ими материалы, товары и услуги, а также осуществляемые лизинговые платежи, как правило, подлежат налогообложению по ставке 18%. На практике получается, что сумма НДС, уплаченная контрагентам, оказывается примерно равной, а то и выше, чем полученная при реализации сельскохозяйственной продукции. Зачастую получается так, что вместо уплаты НДС сельскохозяйственные товаропроизводители имеют право на получение возмещения данного налога из бюджета в сумме этой разницы. Соответственно, применение хозяйствующим субъектом общего режима налогообложения позволяет не только снизить налоговую нагрузку, но и повысить конкурентоспособность своей продукции.

Перерабатывающие предприятия могут применять УСН при условии соблюдения величины предельного размера дохода, предусмотренной п. 4 ст. 346.13 Налогового кодекса РФ [1]. Возможен также вариант давальческой схемы работы, при котором участник объединения, занимающийся производством сельскохозяйственной продукции, будет выступать давальцем и оставаться собственником давальческого сырья и продукции его переработки, а участник объединения – переработчик будет оказывать услуги по переработке давальческого сырья. Перерабатывающие предприятия также могут применять ЕСХН, при условии диверсификации своей деятельности в сферу производства сельскохозяйственной продукции, так как они никак не относятся к сельскохозяйственным.

Постепенно уходит в прошлое способ налоговой оптимизации, при которой в качестве хранителя активов корпоративной структуры выделялась бизнес-единица, применяющая упрощенную систему налогообложения и получающая в связи с этим освобождение от уплаты таких налогов, как НДС, налог на

имущество организаций, налог на прибыль. В дальнейшем имущество сдавалось в аренду участникам корпоративного объединения. Освобождение от уплаты налога на имущество организации, а также защита активов от недружественного поглощения и приводило к такому выстраиванию взаимодействия бизнес-единиц в рамках интегрированного объединения. Однако внесенные изменения в законодательство устанавливают обязанность налогоплательщиков, применяющих УСН, равно как и налогоплательщиков, уплачивающих единый налог на вмененный доход, уплачивать налог на имущество в отношении недвижимого имущества, налоговая база по которому определяется как его кадастровая стоимость. Это означает, что к такому имуществу относятся административно-деловые центры и торговые центры, а также нежилые помещения, предназначенные (используемые) для размещения офисов, торговых объектов, объектов общепита или бытового обслуживания. По всей вероятности, тенденция к усилению налогового гнета, в части налога на имущество организации, в отношении хозяйствующих субъектов, применяющих УСН, со стороны государства будет продолжена и эффект от применения УСН сведётся к нулю. Негативно это отразится и при получении синергетического налогового эффекта, который возникает в процессе взаимодействия участников интегрированной бизнес-группы, и не только агропромышленной. Поэтому, по нашему мнению, наиболее эффективным способом выстраивания работы между субъектами хозяйствования при агропромышленной интеграции, с целью оптимизации налогового портфеля агропромышленной интеграционной структуры, является возможность сосредоточения движимого и недвижимого имущества, а также персонала в бизнес-единице, применяющей ЕСХН, с последующей их сдачей в аренду другим участникам агропромышленного объединения.

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.12.2013) [Электронный ресурс] // Режим доступа: ИПС Консультант плюс.

ББК 65.05

РЕГУЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ: РОЛЬ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ

Г.Б. Пестунова, И.И. Касаткина

*ВКГТУ им. Д. Серикбаева, Казахстан, г. Усть-Каменогорск,
НАЧОУ ВПО «Современная гуманитарная академия», г. Москва*

В статье раскрываются вопросы социальной напряженности трудового коллектива, выявляются причины возникновения конфликтов, дается обоснование выбора методов, путей предотвращения и конструктивного их решения.

Роль личности руководителя в разрешении конфликтных ситуаций в трудовом коллективе, безусловно, является решающей. При этом необходимо учитывать деловые и личностные качества руководителя. Он может существенно

повлиять на характер межличностных отношений в рабочем коллективе, на отношение к совместной деятельности, удовлетворенность условиями и результатами работы, т.е. социально-психологический климат (СПК), от которого во многом зависит эффективность деятельности организации в целом. Одной из важнейших задач руководителя или менеджера является умение предотвращать возникновение конфликтных ситуаций, сглаживать их последствия, разрешать споры. Каждая из участвующих в конфликте сторон делает все, чтобы была принята ее точка зрения или цель, и мешает другой стороне делать то же самое, поэтому конфликт ассоциируется с агрессией, враждебностью, напряжением, стрессом, снижением дисциплины, ухудшением социально-психологического климата в коллективе, сложным восстановлением деловых отношений и другими негативными явлениями.

Однако многие специалисты по менеджменту считают, что, с точки зрения эффективного управления организациями, некоторые конфликты могут быть полезны. При этом целесообразно осуществлять поддержание рационального для данной организации уровня конфликтности и грамотно использовать позитивные функции конфликтов. Во многих случаях конфликт помогает выявить разнообразие точек зрения, дает дополнительную информацию, помогает выявить большее число альтернатив или проблем и т.д. Это делает процесс принятия решений группой более эффективным, а также дает людям возможность выразить свои мысли и тем самым удовлетворить личные потребности в уважении и власти. Это также может привести к более эффективному выполнению планов, стратегий и проектов, поскольку обсуждение различных точек зрения на них происходит до их фактического исполнения. При всем многообразии научных разработок в области управления социальным климатом в трудовом коллективе или использования конфликтных ситуаций для создания новой системы управления они не в полной мере изучены и применены на практике, методики, определяющие влияние деловых и личностных качеств руководителя при разрешении данных ситуаций.

Если принять за основу выводы Элтона Мейо в рамках экспериментальных исследований, которые составили доктрину человеческих отношений, что «человек – существо социальное, ему нужно работать в группе. Группа существует, если люди общаются друг с другом в процессе достижения какой-то цели. Без чувства общей цели и общего интереса в качестве связи групп не существует», то можно сделать вывод о том, что социально-психологический климат в трудовом коллективе напрямую влияет на результат труда этого коллектива. Социальная напряженность снижает производительность труда. А следовательно, необходимо выявить факторы, на неё влияющие, особенно связанные со стилем руководства, провести ряд исследований в области количественной и качественной оценки.

Разработки в области выявления зависимости деловых и личностных качеств руководителя, определение типа личности и стиля руководства, а также определение уровня развития социальной напряженности в трудовом коллективе позволят раскрыть закономерности управления конфликтными ситуациями, и, в конечном счете, повышением производительности труда при неизменных

ресурсах предприятия. Рассмотрим влияние следующих стилей руководителя на регулирование социальной напряжённости в трудовом коллективе: демократического, авторитарного, попустительского. Демократический стиль развивает общительность и доверительность взаимоотношений, дружелюбность. При этом нет ощущения навязанных решений извне, «сверху». Участие членов коллектива в управлении, свойственное этому стилю руководства, способствует оптимизации СПК.

Авторитарный стиль обычно порождает враждебность, покорность и заискивание, зависть и недоверие. Но если этот стиль приводит к успеху, который оправдывает его использование в глазах группы, он способствует благоприятному СПК, как например, в спорте или в армии. Попустительский стиль имеет своим следствием низкую продуктивность и качество работы, неудовлетворенность совместной деятельностью и ведет к формированию неблагоприятного СПК. Попустительский стиль может быть приемлем лишь в некоторых творческих коллективах. Если руководитель предъявляет завышенные требования, прилюдно критикует сотрудников, часто наказывает и редко поощряет, не ценит их вклад в совместную деятельность, угрожает, пытается запугать увольнением, лишением премии и т.д., ведет себя в соответствии с лозунгом «начальник всегда прав», не прислушивается к мнению подчиненных, невнимателен к их нуждам и интересам, то он формирует нездоровую рабочую атмосферу.

Отсутствие взаимного уважения и доверия заставляет людей занимать оборонительную позицию, защищаться друг от друга, сокращается частота контактов, возникают коммуникативные барьеры, конфликты, появляется желание покинуть организацию, и, как следствие, происходит снижение производительности и качества продукции.

Страх наказания порождает стремление избежать ответственности за совершенные ошибки, перекладывание вины на других, поиск «козла отпущения». На эту роль, как правило, выбирается человек (группа лиц), который не виновен в случившемся, но отличается от большинства сотрудников, не похож на них, слаб и не способен постоять за себя. Он становится объектом нападок, враждебного отношения, необоснованных обвинений. Наличие «козла отпущения» позволяет членам группы осуществлять разрядку напряжения и неудовлетворенности, которые легко накапливаются в атмосфере взаимного недоверия и страха.

Тем самым группа поддерживает собственную стабильность и сплоченность. Это кажется парадоксальным, но какую бы неприязнь и враждебность ни вызывал в свой адрес «козел отпущения», он нужен группе как «предохранительный клапан», позволяющий освободиться от агрессивных тенденций.

Поиск «козла отпущения» играет роль механизма интеграции и стабилизации отношений в группе, позволяет избежать острых и интенсивных конфликтов. Но этот процесс обеспечивает лишь частичный, одномоментный эффект. Источник напряженности и неудовлетворенности в организации сохраняется, и немалую роль в их появлении играет неправильное поведение руководителя. Даже если руководитель использует авторитарный стиль управления, он может быть позитивным, если, принимая решение, учитывает интересы служащих,

объяснит им свой выбор, сделает свои действия понятными и обоснованными, иными словами, станет больше внимания уделять установлению прочной и тесной связи с подчиненными. Руководитель может существенно повлиять на характер межличностных отношений в рабочем коллективе, на отношение к совместной деятельности, удовлетворенность условиями и результатами работы, т.е. социально-психологический климат, от которого во многом зависит эффективность деятельности организации в целом. Помимо этого, оценивают поведение руководителя в разных ситуациях, а также средства и методы его деятельности, соответствующие ситуации. Параметры оценки используют в различных сочетаниях, в зависимости от цели и задач исследования. Способности и качество деятельности руководителя исследуют, используя такие социологические методы, как беседа, тестирование, деловые игры и т.п. В настоящий период мы переходим к новой управленческой философии, новой управленческой парадигме, что предопределено кардинальным изменением внешней среды предприятия (ужесточение конкуренции на рынках сбыта, сокращение рынков сбыта в связи с возросшей массой конкурентов, сокращением материальных и сырьевых ресурсов, наличием кризисных явлений и т.п.). Все это требует новых, адекватных современным условиям, систем управления на уровне предприятия и предъявляет жесткие требования к личностным качествам руководителя.

Таким образом, роль личностных характеристик руководителя на климат в трудовом коллективе, безусловно, велика и значима. От того, какими качествами обладает руководитель, будет зависеть, какой характер приобретет конфликтная ситуация – деструктивный или конструктивный.

Список использованной литературы

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Экономист, 2009.
2. Красовский Ю.Д. Руководитель трудового коллектива. – М.: Инфра – М., 2008. – 195 с.
3. Аналоуи Ф. Стратегический менеджмент. – М.: Юнити, 2008.

ББК 65.05

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕХАНИЗМА НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Е.А. Прищенко

*Новосибирский национальный исследовательский государственный
университет*

В статье рассматриваются вопросы налогового планирования, с помощью которого можно грамотно, а главное, законно существенно сократить налоговые обязательства малых предприятий.

В современных условиях хозяйственной деятельности предприятий достижение коммерческих целей невозможно без грамотно поставленного налогового планирования. Под налоговым планированием понимается целенаправленная деятельность организации, ориентированная на максимальное использование всех нюансов существующего налогового законодательства с целью уменьшения нало-

говых выплат в бюджет, законное использование всех существующих льгот и особенностей налогового права в свою пользу [2]. Оптимизация налогов – это часть главной задачи, стоящей перед финансовым менеджментом – финансовой оптимизации, то есть выбора наилучшего пути управления финансовыми ресурсами предприятия. Основные функции налогового планирования в организации – снизить налоговые выплаты в бюджет при увеличении чистой прибыли и уменьшить затраты, связанные с одновременным ведением бухгалтерского и налогового учетов. Налоговое планирование – это законный способ обхода налогов с использованием предоставляемых законом льгот и приемов сокращения налоговых обязательств (Реализация политики «приемлемых» налогов) [3].

Задача налогового планирования – организация системы налогообложения для достижения максимального финансового результата при минимальных затратах.

Малое предпринимательство в Российской Федерации, в условиях несбалансированной экономико-правовой системы (правовое обеспечение чаще является следствием экономического развития), нуждается в государственной поддержке в качестве экономического субъекта. Российские предприятия оказываются в крайне сложной налоговой ситуации. Постоянные изменения в законодательстве приводят к ошибкам в расчетах и затрудняют планирование. Те изменения, которые, на первый взгляд, кажутся положительными, в результате могут оказаться совсем не на пользу предприятиям. Поэтому оптимизация налогового режима на предприятии малого бизнеса – актуальная проблема современности, требующая пристального изучения и анализа как в теоретическом, так и в практическом применении.

Специфика учета на малых предприятиях и желание правительства поддержать этот сектор экономики привели к тому, что у малого предприятия появилась возможность упрощения режима налогообложения, бухгалтерского учета и отчетности. В настоящее время в зависимости от видов и объемов деятельности, а также численности работников налоговый учет на малых предприятиях может осуществляться по нескольким вариантам: по традиционной системе, по упрощенной системе налогообложения и системе единого налога на вмененный доход. Среди субъектов малого предпринимательства наблюдается хорошая восприимчивость к специальным налоговым режимам, которые, безусловно, экономически выгодны для многих из них, но не для всех. Отсюда встает проблема выбора малым предприятием определенной системы. Можно сказать, что, действительно, не для всех предприятий, попадающих в категорию субъектов малого предпринимательства, экономически оправдан переход от традиционной системы налогообложения на специальные налоговые режимы.

На первый взгляд, преимущество, которое получают малые предприятия, выражающееся в снижении налоговых платежей, должно играть решающую роль в выборе режима налогообложения. Однако следует учитывать трудоемкость раздельного учета хозяйственных операций, имущества и обязательств. Рассмотрев порядок распределения расходов, можно сделать вывод о том, что признание отдельных затрат расходами для целей исчисления единого налога при применении УСН может потребовать таких трудозатрат, которые будут не под си-

лу небольшим организациям, на которые и ориентирована упрощенная система налогообложения. Тем более что при отсутствии четкого механизма распределения расходов по видам деятельности налоговые органы могут не согласиться с избранной налогоплательщиком методикой распределения расходов. Очевидно, что ситуация намного улучшается у налогоплательщиков, которые в качестве объекта налогообложения по единому налогу при УСН избрали доходы.

С 2014 по 2029 гг. устанавливаются налоговые льготы для организаций, реализующих инвестиционные проекты на территории Дальневосточного федерального округа и отдельных субъектов Российской Федерации. В Налоговом кодексе установлено понятие регионального инвестиционного проекта (РИП) и критерии, которым он должен удовлетворять:

- каждый проект реализуется единственным участником;
- проект не может быть направлен на добычу (переработку или транспортировку) нефти, природного газа, производство подакцизных товаров (за исключением автомобилей и мотоциклов), а также осуществление деятельности, по которой применяется ставка 0 % по налогу на прибыль;

- объём капитальных вложений в соответствии с инвестиционной декларацией должен составлять не менее чем 50 млн. руб. при его реализации в течение 3 лет или не менее 500 млн. руб. при реализации в течение 5 лет. Законом субъекта РФ может быть увеличен минимальный объём капитальных вложений, а также могут быть установлены дополнительные требования, которым должны соответствовать РИП;

- на земельных участках, на которых будет реализовываться проект, не располагаются здания, сооружения, находящиеся в собственности физических лиц или организации, которые не являются участниками такого проекта. Исключения составляют подъездные пути, коммуникации, трубопроводы, электрические кабели, дренаж и другие объекты инфраструктуры.

Для признания компании налогоплательщиком – участником РИП необходимо одновременное выполнение следующих требований:

- государственная регистрация юридического лица осуществлена в субъекте РФ, в котором реализуется проект;

- у организации нет обособленных подразделений, расположенных за пределами субъекта РФ, в котором реализуется проект;

- организация не применяет специальных налоговых режимов;

- организация не является участником консолидированной группы налогоплательщиков;

- организация ранее не была участником проекта и не является участником (правопреемником участника) иного реализуемого проекта;

- организация имеет в собственности (в аренде на срок не менее чем до 1 января 2024 г.) земельный участок, на котором планируется реализация проекта;

- организация имеет разрешение на строительство, если наличие такого разрешения является обязательным для реализации проекта;

- организация не является резидентом особой экономической зоны любого типа.

Льготы не могут получить НКО, банки, страховые и клиринговые организации, НПФ, профессиональные участники РЦБ, резиденты ОЭЗ, пользователи специальных налоговых режимов.

Для участников РИП установлена ставка налога на прибыль в части, зачисляемой в федеральный бюджет в размере 0% в течение 10 лет реализации проекта. Установлена пониженная ставка налога, зачисляемого в бюджет субъекта РФ. Участники проекта вправе воспользоваться льготной ставкой, если доходы от реализации товаров, произведенных в результате реализации проекта, составляют не менее 90% всех учитываемых доходов. Участники РИП обязаны вести отдельный учет доходов (расходов), полученных (произведенных) при реализации проекта и при осуществлении иной хозяйственной деятельности [5].

Каждый проект не должен внедряться без предварительной экспертизы специалистов, работающих в области финансового, налогового менеджмента. А для новых масштабных программ обязательно привлечение квалифицированных внешних консультантов по налоговому планированию.

Раньше «налоговое планирование» отождествлялось с минимизацией налоговых обязательств и платежей, сейчас налоговое планирование стали рассматривать как элемент управления хозяйственно-финансовой деятельностью.



Рис. 1. Этапы налогового планирования

Рассмотрим налоговое планирование, которое состоит из четырех взаимосвязанных этапов единого цикла, рис. 1. [6]. Знание и понимание налогов – точное знание текущего налогового законодательства, его дальнейшего развития; понимание того, какие положительные или негативные стороны оно имеет для предприятия.

Соблюдение налоговых законов – своевременная и четкая подготовка налоговых деклараций, отчетов, уведомлений и других документов, полная уплата всех налоговых платежей.

Представление в налоговых органах – отправка налоговых деклараций, отчетов, уведомлений и других документов в налоговые органы, оказание помощи налоговым органам во время налоговых проверок и на других этапах со-

блюдения налоговых законов, переговоры с налоговыми и другими органами по вопросам нарушения налогового законодательства, снижения налогов и списания налоговой задолженности, представление предприятия в судебных органах по делам о налоговых правонарушениях.

Налоговая оптимизация – планирование и управление хозяйственными операциями для достижения наиболее выгодной налоговой позиции в стратегической перспективе.

Понимание ограниченности налогового планирования, направленного на минимизацию налоговых последствий по отдельным операциям и конкретным налогам, привело к появлению нового подхода в налоговом планировании, соответствующего термину «оптимизация налогообложения» [2].

Таблица 1

Дифференциация мероприятий по налоговому планированию

Налоговая нагрузка	Мероприятия и требования к персоналу	Потребность в налоговом планировании/ Периодичность
10-30%	Четкое ведение бухгалтерского учета, внутреннего документооборота, использование прямых льгот. Уровень профессионального бухгалтера. Разовые консультации внешнего налогового консультанта.	Минимальна, разовые мероприятия
30-55%	Налоговое планирование становится частью общей системы финансового управления и контроля, специальная подготовка (планирование) контрактных схем типовых, крупных и долгосрочных контрактов. Требуется наличие специально подготовленного персонала, контроль и руководство со стороны финансового директора. Абонентское обслуживание в специализированной компании.	Необходимо, регулярные мероприятия
55-80%	Важнейший элемент создания и стратегического планирования деятельности организации и ее текущей ежедневной деятельности по всем внешним и внутренним направлениям. Требуется наличие специально подготовленного персонала и организация тесного взаимодействия со всеми службами с организацией и контролем со стороны члена Совета Директоров. Постоянная работа с внешним налоговым консультантом и наличие налогового адвоката. Специальная программа развития, обязательный налоговый анализ и экспертиза любых организационных, юридических или финансовых мероприятий и инноваций налоговыми консультантами	Жизненно необходимо, ежедневные мероприятия
Более 80%	Смена сферы деятельности и/или налоговой юрисдикции	

Налоговое планирование должно учитывать:

- состояние и тенденции развития налогового, таможенного и других видов законодательства;
- основные направления бюджетной, налоговой и инвестиционной политики государства;
- комплекс законодательных, административных и судебных мер, используемых налоговыми органами с целью предотвращения уклонения от уплаты налогов, их минимизации;
- профессионализм налоговых консультантов.

Инструментарий налогового планирования формируется в зависимости, во-первых, от уровня принятия управленческих решений (оперативного, тактического или стратегического), во-вторых, от мероприятий, используемых в планировании налоговых отчислений, которые дифференцируются исходя из тяжести налоговой нагрузки в той или иной налоговой юрисдикции, таблица 1.

Налоговое планирование, как и любая деятельность, имеющая управленческий характер, выполняет оперативные функции, функции контроля и функции планирования, поэтому налоговое планирование можно изобразить в виде трехуровневой системы, включающей оперативный, тактический и стратегический элементы, рис. 2, в зависимости от которых трансформируется объективная сторона процесса налогового планирования, видоизменяются мероприятия по планированию налогов.

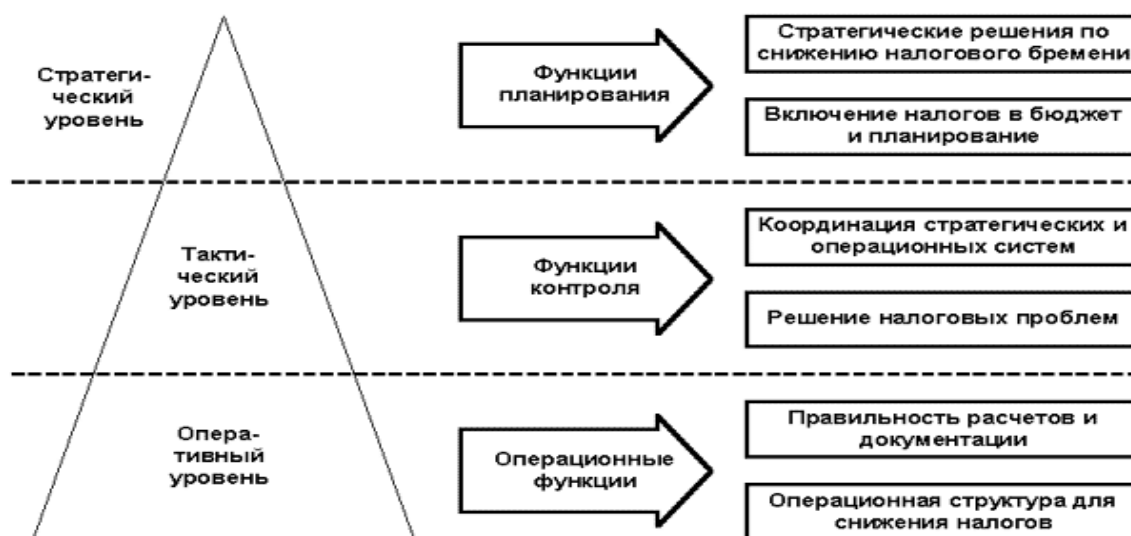


Рис. 2. Структура налогового планирования

Данная структура позволяет наиболее точно отобразить имеющиеся связи и зависимости, прослеживающиеся на всех “этажах” налогового планирования.

Предприятия стремятся максимизировать свой доход и прибыль и, может быть, минимизировать налоговые отчисления. Их интересует не только величина уплачиваемых налогов, но и конечный финансовый результат. Поэтому ос-

новной задачей корпоративного налогового планирования является выбор варианта уплаты налогов, позволяющий оптимизировать систему налогов [1].

Чтобы система управления налогами работала хорошо, необходимо выполнение следующих условий:

- наличие взаимосвязанных стратегии развития, бизнес-планов и бюджетов;

- готовность администрации осуществлять налоговое планирование на основе стратегических и тактических планов, а также четко сформулированных принципов управления;

- организация системы сбора и обработки информации, ориентированной на использование сетевых технологий и ресурсов Интернета;

- выделение структурного подразделения (лица), ответственного за организацию налогового планирования как целостно ориентированной системы.

Хотелось бы отметить, что в условиях экономического кризиса «выживание» и дальнейшее развитие конкретного предприятия напрямую зависит от эффективности управления им, которое обусловлено, в том числе, своевременностью получения оперативной финансовой информации и прогнозированием изменения налогового законодательства [4].

Особую важность данного метода автор находит в том, что, как ни посмотреть, - планирование налогообложения имеет дело не с прошлыми, а с будущими налоговыми обязательствами, т.е. с выполнением финансовых обязанностей, вытекающих из сегодняшних решений. Иными словами, налоговое планирование начинается с определения стратегических целей предприятия, которые формируют потребность в принятии тех или иных управленческих решений.

В компании очень важна разработка налоговой политики на основании прогнозов и тенденций развития налоговой системы России с учетом возможных изменений во внешней среде. Поэтому необходимо не только знать современное налоговое законодательство (т.е. постоянно отслеживать все вводимые изменения и дополнения), но и прогнозировать и оценивать финансовую деятельность предприятия в связи с этими изменениями.

Библиографический список

1. Букина Г.Н. Корпоративный налоговый менеджмент как неотъемлемая составляющая стратегии управления организацией. – Новосибирск: Сибирский университет потребительской кооперации Центрсоюза РФ, 2006.

2. Вылкова Е.С., Романовский М.В. Налоговое планирование. – СПб.: Питер, 2004. - (Серия «Учебник для вузов»)

3. Еженедельная экономическая газета «Эпиграф. Налоги и право», Спецвыпуск. №14 (713) 18 апреля 2009.

4. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов) - [Электронный ресурс]. – М.: Консультант Плюс, 2011. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

5. Снегирева Л.И. Налоговые нововведения – Бухгалтерский учет №12 декабрь 2013 г.

6. Гуськов С. Налоги в экономике предприятий – М.: Дашков и Ко, 2009.

НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ СНИЖЕНИЯ УБЫТОЧНОСТИ В АВТОСТРАХОВАНИИ

Т.В. Прокопьева

Рубцовский индустриальный институт

Автомобиль экономит время, делает жизнь комфортнее и удобнее, однако предполагает и непредвиденные расходы на восстановительный ремонт после ДТП, затраты на возмещение ущерба, причиненного чужому автомобилю по вашей вине, и т.д. В результате приходится откладывать запланированные покупки, занимать деньги у знакомых или брать кредит в банке. Однако автомобиль можно застраховать, переложив тем самым непредвиденные расходы на страховую организацию. В число наиболее популярных для россиян видов страхования входит автострахование. Актуальность автострахования связана с тем, что владение и управление автомобилем всегда связано с риском. Кроме того, велика вероятность наступления страхового случая, а затраты на восстановление транспортного средства после ДТП, как правило, значительны.

ОСАГО и КАСКО – это самые востребованные каналы продаж в страховании, но вместе с тем и самые убыточные. С каждым годом убыточность в данном сегменте непрерывно растет. Этот факт отмечается в научных работах по страхованию, где рассматриваются наиболее важные проблемы убыточности в автостраховании [2,3,4,9]. В связи с этим и повышается роль исследований, определяющих инструменты снижения убыточности автострахования. Обобщив различные точки зрения в данной области, можно сказать, что наиболее эффективными методами снижения убыточности по автострахованию являются необходимость повышения тарифов по ОСАГО, экономически обоснованные тарифы по КАСКО, использование франшизы, борьба со страховыми мошенниками и использование услуг ассистентских компаний, актуализация онлайн-страхования.

Исследования в данном направлении указывают, что росту убыточности автострахования способствуют слишком заниженная цена страховой услуги, высокие тарифы страховых посредников, увеличение страховых выплат из-за роста стоимости услуг автосервиса и запчастей, страховое мошенничество. Для страховой услуги в современных отечественных реалиях известен только ценовой способ конкуренции, и часто страховщики устанавливают слишком низкую цену для привлечения большего числа клиентов даже при высоком риске неплатежеспособности компании. Поэтому соблюдение принципов построения страховых тарифов должно контролироваться органами страхового надзора, чтобы не допускать их завышения либо занижения, что с учетом возможности утраты финансовой устойчивости страховщика является приоритетным направлением регулирования [8].

Страховая компания вправе сама определять методику расчета, при этом ее следует утвердить в Департаменте страхового надзора. В нормативных документах регламентируется нижний предел ставки, а верхний предел ставки может установить сама компания. Такая практика существует в некоторых зару-

бежных странах, органы власти не назначают ставки или тарифы, но зато сохраняют право отклонить отдельные ставки при их установлении или изменении. При этом требуется, чтобы изменения в размере премий были обоснованы. Для увеличения размера премий страховщик обычно показывает экономическую необходимость такого увеличения, так как завышенные тарифные ставки ущемляют интересы страхователей. При уменьшении размера тарифных ставок нужно показать, что это не приведет к вредным последствиям для благосостояния компании и держателей полисов.

Необоснованное занижение размеров страховых тарифов является основанием для дачи предписания ограничить, приостановить или отозвать лицензию на осуществление страховой деятельности [6]. Страховой тариф компаний, подающих заявку на лицензию по видам страхования, не может отклоняться от среднего по рынку страхового тарифа более чем на 10%. Значительное отклонение тарифных ставок может разрушить финансовую устойчивость страховщика, привести к невозможности выполнения обязательств перед страхователями [8].

В цену страховой услуги кроме нетто-ставки входит и «небольшая нагрузка», которая в российских реалиях является достаточно большой. При автостраховании клиент не так уж часто приходит непосредственно в офис страховщика заключать договор страхования. Если он покупает новую машину, то страховой полис он обычно получает либо в офисе автодилера, либо в банке. Многие также приобретают полисы у страховых агентов. На страховом рынке дилеры, банки, агенты вместе именуется страховыми посредниками. И все эти посредники в России требуют за свои услуги фантастических, по мировым меркам, денег. Однако именно страховые агенты находят для страховых компаний новых клиентов, поэтому страховым компаниям необходимо соблюдать баланс между двумя этими аспектами. Также страховым организациям целесообразно задуматься о внедрении прямых продаж через Интернет. Активное развитие прямых продаж без участия посредников значительно снижает цену страхового полиса за счет автоматизации бизнес-процессов, экономии на аренде, экономии на зарплате дополнительного персонала, оборудовании рабочих мест, так как клиент самостоятельно заполняет анкеты. Большинство участников рынка оценивают перспективы этого вида продаж очень позитивно. Уже с апреля 2008 г. на рынке автострахования стали появляться страховые компании, реализующие полисы по телефону и через Интернет. Страховая премия, полученная при заключении договоров через Интернет, составила по итогам 2012 г. лишь 710 млн. руб. или порядка 0,2% от общей суммы страховых взносов. При этом значительная часть премии – 556 млн. руб. – была получена по договорам страхования автоКАСКО. *Например*, в Интернете договор страхования заключает каждый третий житель Германии и почти каждый четвертый – в Великобритании. В среднем по Европе услугами онлайн-страхования пользуются около 40% населения. В Министерстве финансов с 2012 г. разрабатывается законопроект, который делает легитимным право страховщиков использовать электронную подпись и реализацию страховых услуг и страховых продуктов, в том числе и по страхованию жизни от несчастных случаев граждан, выезжающих за рубеж

через электронные системы продаж. Данный факт указывает, что законопроект Минфина крайне актуален для страхового рынка [9].

На убыточность страховых компаний сильное влияние оказывают ежегодно растущие расходы на оплату ремонта. По оценкам специалистов в области страхования, 96% расходов компании в связи с обеспечением договоров автоКАСКО приходится на оплату ремонтного потока. Самый убыточный сектор в КАСКО – это мелкий, но многочисленный ущерб. Зачастую клиенты стремятся при помощи страхования поддерживать автомобиль в идеальном товарном виде, пытаясь заявить к ремонту малейшие сколы и царапины. Поэтому компаниям, направляющим большие объемы автомобилей на автосервис дилера, целесообразно договариваться о предоставлении скидок на ремонт. На сегодняшний день скидки составляют порядка 5-10% от стоимости ремонта при гарантии постоянного потока клиентов из страховой компании. При этом в европейских странах распространена деятельность страховых компаний по закупке больших объемов запасных частей, необходимых для ремонта поврежденных транспортных средств, непосредственно у производителя – за счет этого значительно сокращается размер страхового возмещения. Затраты на ремонт и запчасти к автомобилям по действующим договорам автоКАСКО растут в связи с увеличением стоимости импортных запчастей и расходных материалов, необходимых для ремонта иномарок, увеличением стоимости нормо-часа в сервисных центрах, а также с переходом ремонтников на выставление цен по лакокрасочным работам в евро [4]. Давление на страховщиков оказывает высокая стоимость услуг независимой технической экспертизы, что увеличивает расходы страховых организаций, отсутствие единой системы оценки ущерба. Злоупотребление, присущее многим автосервисам, делает невозможным или весьма затруднительным четко и объективно спрогнозировать будущие расходы на ремонт транспортных средств.

Для снижения частоты обращений владельцев автомобилей за урегулированием небольших убытков по мелким ДТП страховой компании необходимо использовать франшизу. Часть обязательств перекладывается на потребителя услуг страхования, за что он получает существенную скидку по полису КАСКО. То есть страхователь при заключении договора передает страховой компании не весь риск полностью, а некоторую его часть оставляет у себя «на собственном удержании» [10]. Заключение договора КАСКО с довольно большой франшизой стоимость полиса КАСКО существенно снижает. Это особенно выгодно молодым и неопытным водителям, которые находятся в группе риска (*до 21 года со стажем вождения менее двух лет*), так как обычно к таким водителям применяются различные повышающие коэффициенты [4].

Стоит сказать и о новом, но достаточно спорном инструменте для российского страхового рынка – *применении регрессной франшизы*. *Регрессная франшиза* – это франшиза, устанавливаемая в договорах страхования ответственности, при которой страховщик обязуется при страховом случае компенсировать потерпевшему ущерб без учета франшизы, а страхователь обязуется после произведения страховой выплаты компенсировать страховщику часть выплаты в размере франшизы. Использование страховой компанией данной франшизы

приводит к сокращению частоты страховых случаев и расходов на урегулирование убытков. Однако стоит учитывать тот факт, что взыскание регрессной франшизы с виновника значительно увеличит расходы страховщиков на ведение дела и не даст положительного финансового результата. Для повышения информированности автовладельцев об экономической выгоде использования франшизы в договорах автоКАСКО посредством значительного снижения стоимости полиса необходимо выпускать рекламные буклеты и акцентировать их внимание при прямом контакте со специалистом страховой компании. Таким образом, в автостраховании франшиза является средством, максимально снижающим стоимость полиса КАСКО, которое позволит сэкономить время и деньги как страховых компаний, так и страхователей и сделать вождение автовладельцев более аккуратным. К сожалению, сегодня удельный вес полисов с франшизой очень незначителен, при этом в странах Западной Европы владелец уже давно не может застраховать свой автомобиль без франшизы. Поэтому, опираясь на опыт стран Запада, можно предположить, что через некоторое время полисы с франшизой будут более востребованными [10].

Далее перейдем к вопросу о необходимости повышения тарифов по ОСАГО. Страховщики однозначны во мнении, что величина, на которую должны увеличиться страховые тарифы, должна носить сугубо экономический, но не социально-политический характер». Глава Российского союза автостраховщиков Павел Бунин напомнил, что цена полиса ОСАГО не менялась с 2003 года. Также Бунин отметил, что если не поменять тариф, а выплаты увеличить до указанного в законопроекте размера, страховщикам неоткуда будет брать средства для выплаты возмещения, не из чего формировать резервы для будущих выплат. В таких условиях многие страховщики покинут рынок ОСАГО» [11]. Стоит отметить, что сейчас максимально возможная выплата по ОСАГО за повреждения автомобиля - 120 тыс. В законопроекте предлагается увеличить эту сумму до 400 тыс. руб. По жизни и здоровью страховые компании по ОСАГО сегодня заплатят до 160 тыс. руб. Поправки предлагают увеличить эту сумму до 500 тыс. Также законопроект вводит новую систему расчетов с пострадавшими в ДТП [1]. Страховая компания должна будет платить по четко установленным тарифам за ту или иную травму. Все эти изменения приведут к росту стоимости полиса ОСАГО. Причем правительство предлагает поднять тариф на 25%.

Председатель комитета РСА по тарифам, статистике и резервам Дмитрий Попов подчеркивает, что «существующая практика выплат при причинении вреда здоровью потерпевшего несовершенна. Введение фиксированных выплат, упрощающих получение страхового возмещения, является объективной необходимостью». Исследование Независимого актуарного информационно-аналитического центра, результаты которого были обнародованы в рамках VI международной конференции «Обязательное страхование ответственности: системные подходы в реализации гарантированного возмещения вреда», показало взаимосвязь роста тарифов с увеличением лимитов осуществления выплат. Так, при увеличении страховой суммы по ущербу имуществу до 400 тыс. руб., требуется увеличение тарифа на 29,7 %, что наглядно представлено в таблице 1 [11].

Таблица 1

Обоснование необходимого увеличения тарифов по ОСАГО, по данным РСА и Независимого актуарного информационно-аналитического центра

Увеличение лимитов и порядка осуществления выплат	Увеличение тарифов
Увеличение страховой суммы по имуществу до 400 тыс. руб.	+29,7%
Увеличение страховой суммы по жизни и здоровью до 500 тыс. руб.	+9,4%
Введение фиксированных выплат по здоровью (по таблице выплат)	+31,7%
Итого:	+70,8%

Итоговая сумма роста тарифа составляет 70,8%. Таким образом, необходимость повышения тарифов по ОСАГО является объективной и научно обоснованной.

«Свободность» действий в отношении назначения тарифов по КАСКО является неотъемлемым атрибутом деятельности страховщиков. Причем стоимость страховки в разных страховых компаниях на один и тот же автомобиль может различаться более чем в два раза. По мнению аналитиков, эта разница может объясняться несколькими причинами: 1) компании, которые стремятся нарастить свою долю на рынке, будут опускать цены; 2) разнородность портфеля страховой компании, на основании которого и назначается тариф по транспортному средству. Также влияет и уровень доходности, которую изначально закладывает страховщик. Стоит учитывать тот факт, что при ценообразовании страховщики могут придерживаться разной политики: *например*, прибыльный рост с обоснованными тарифами, или стратегия, направленная на захват рынка, а может быть, демпинг, в том числе с последующим банкротством компании [7,11]. Поэтому страховые тарифы должны быть, прежде, всего экономически обоснованными.

Действенным методом снижения убыточности является борьба со страховыми мошенниками и использование услуг ассистентских компаний. Если раньше проблема страхового мошенничества решалась на уровне служб безопасности страховых компаний, то сейчас злоумышленники стали более подкованными, и аргументация страховщиков должна быть более весомой. Поэтому страховщики все чаще стараются пользоваться экспертными заключениями независимых компаний для авторитетного отказа в выплате по повреждениям, не относящимся к заявленному страховому событию. Однако существует надежный метод предотвращения возможных случаев страхового мошенничества еще до момента наступления ДТП – это независимая предстраховая экспертиза. На основании заключения, сделанного независимой компанией, страховщик принимает решение о принятии или отказе в страховании того или иного риска [5]. Кроме того к мерам минимизации страхового мошенничества можно отнести: применение ограничений по скорости; исключение выплат в случае неосу-

ществления звонка с места страхового случая; предоставление в пользование застрахованного лица прибора-самописца, который подтверждает страховой случай или опровергает его; ведение в действие системы обмена данных «Бюро кредитных историй» для обмена информацией между компаниями; заведения уголовного дела о мошенничестве; выезд аварийного комиссара на место ДТП со всеми необходимыми инструментами для анализа ситуации [7]. Выезд аварийных комиссаров на место ДТП позволит значительно сократить процент инсценировок и фальсификаций. Они проведут независимый осмотр и фотографирование перед страхованием, могут на месте ДТП определить объем повреждений, дать рекомендации владельцу полиса о том, нужно ли вызывать представителя ГИБДД, могут связаться с оценщиком федерального расчетного центра ассистентской компании и проконсультироваться по объему повреждений, решить вопрос о целесообразности заполнения европротокола.

Довольно интересный инновационный инструмент, способный определить «опасного» клиента для страхового портфеля страховщика, предлагают итальянские компании Octo Telematics совместно с «Цезарь Сателлит». Суть технологии телематики («Умное страхование») такова: по договоренности страховой компании и клиента автомобиль клиента оснащают специальным устройством, которое ведет «дневник» поездок. В данном «дневнике» учитывается: сколько и куда ездят на этом автомобиле, манера езды водителя, в какое время суток и в какие дни недели он чаще выезжает и т. д. Вся информация тщательно анализируется и поступает в страховую компанию, которая делает вывод об «опасности» данного клиента для ее страхового портфеля или о привлекательности водителя с минимальной частотой возникновения страховых случаев, для которых предусмотрена система скидок и бонусов. По словам директора коммерческого управления компании «М2М телематика» Марины Бокша, «при использовании «умного страхования» преимущества есть и для водителя, например, получение льгот на страхование, комплексная безопасность, повышение водительской дисциплины и сокращение количества дорожных происшествий; и для страховых компаний: сокращение фактов страхового мошенничества, упрощение урегулирования страховых случаев». Однако широкому распространению подобных устройств в России препятствует их высокая стоимость, а также неготовность судебной системы: «покупка и годовое обслуживание одного такого устройства обходится в сумму порядка 12 тысяч рублей. Вторая трудность заключается в неготовности российской судебной системы принимать данные телематических и навигационных систем в качестве документального подтверждения в спорных ситуациях по КАСКО [10].

Также одним из эффективных методов снижения расходов на ведения дел, а значит и убыточности по автострахованию, является открытие удаленных точек урегулирования, посредством привлечения партнерских компаний. Это позволит сократить штат собственных сотрудников, задействованных в процессах урегулирования, что должно привести к значительной экономии. Решением является полноценная передача функций по обработке убытка партнерским организациям. Партнер должен нести полную финансовую ответственность, обладать возможностью реализовать полный цикл урегулирования и высокотех-

нологичной информационной системой для фиксации процесса прохождения убытка с возможностью интеграции с системой страховой компании. Только таким образом можно достигнуть реальной минимизации использования ресурсов страховщика на обработку документации, параллельно оптимизировав «лишние надстройки» в штате урегулирования [4].

Оптимизация структуры каналов продаж страховых услуг является инструментом снижения убыточности страховщиков. Осуществление конкуренции за посредника, а не за страхователя, плюс высокие комиссии страховым посредникам, влечет за собой невысокое качество урегулирования убытков, недостаточный объем резервов. Более жесткое регулирование деятельности страховых посредников и появление альтернативных каналов продаж будет способствовать развитию конкуренции между каналами продаж, а также снижению размера комиссий. Росту продаж массовых страховых продуктов будут способствовать упрощение онлайн-страхования и развитие сегмента нестраховых посредников. В 2012 г. Министерство финансов РФ подготовило законопроект в поддержку онлайн-страхования. В конце мая 2013 г. законопроект был одобрен комиссией Правительства РФ по законопроектной деятельности. Таким образом, перспектива массового развития онлайн-страхования становится все более реальной. При этом потенциал у этого сегмента довольно значительный: как показало исследование института маркетинговых исследований «ГФК-Русь», 67% жителей крупных городов России готовы приобретать полисы на сайтах страховых компаний [9]. В последние годы развиваются продажи через нестраховых посредников - риелторов, салоны связи, авиакомпания. Этот новый сегмент обладает значительной инфраструктурой, что позволяет страховщикам существенно расширить размер своей потенциальной клиентской базы. Основным преимуществом таких посредников является их способность предложить страховку клиенту именно в тот момент, когда он в ней нуждается.

Использование вышеперечисленных инструментов, возможно, поможет в решении проблемы высокой убыточности автострахования, при этом каждой страховой компании необходимо учесть возможные последствия внедрения подобных инструментов. Важность данной проблемы не вызывает сомнений: несмотря на принимаемые меры, проблема все еще остается довольно серьезной и требует незамедлительного решения для дальнейшего развития автострахования и обеспечения финансовой устойчивости страховщиков.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» (действующая редакция от 01.09.2013).
2. Архипов А.П., Гомелля В.Б., Туленты Д.С. Страхование. 2-е изд., перераб. и доп.: – М.: Финансы и статистика, 2008. – 416 с.
3. Годин А.М., Демидов С.Р., Фрумина С.В. Страхование: 2-е изд., перераб. и доп.: "Дашков и К"Издательство, 2010. 504 с.
4. Москаленко А. Себе в убыток [Электронный ресурс] URL: www.insur-info.ru

5. Мошенничество в автостраховании. [Электронный ресурс]. URL: www.insurancecon-sulting.ru
6. Расчет тарифных ставок [Электронный ресурс] URL: automobile-insurance.ru
7. Рынок автострахования: тенденции и прогнозы. [Электронный ресурс] URL: www.allinsurance.ru
8. Тарифная политика страховых организаций [Электронный ресурс] URL: www.silchenkova.ru
9. Федорова Н. Интернет-страховка – виртуальная реальность для России? [Электронный ресурс] URL: www.insure.travel/.
10. Франшиза в автостраховании. [Электронный ресурс] URL: www.znay.ru/franchise.shtml.
11. Экономика ОСАГО - сохраняя равновесие. Интернет-портал «Страхование сегодня» [Электронный ресурс] URL: www.insur-info.ru/auto-insurance/.

УДК 339.138

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Л.М. Спиридонов

Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск

В данной статье рассмотрены интегрированные маркетинговые коммуникации как наиболее эффективный инструмент комплексного воздействия на потребителя. Проанализированы характерные особенности интегрированных коммуникаций в малом бизнесе и необходимость изменения подхода к их применению на практике.

В условиях рыночной конкуренции настоящего времени, когда цена и даже качество продукта не становятся решающим фактором, гарантирующим его успешную продажу, инструменты маркетинга становятся практически единственным методом привлечения потребителей. Несмотря на то, что маркетингу в России в его чистом виде не более 20 лет, коммерческие предприятия уже практически не способны выживать на рынке без тщательно разработанных маркетологами проектов и планов.

Наиболее широкое распространение и признание получили интегрированные маркетинговые коммуникации. ИМК – это новый эффективный инструмент, одновременно соединяющий в себе важные и самостоятельные сферы - рекламу, маркетинг и связи с общественностью. Опытным путем специалисты всего мира осознали, что, объединив эти сферы и инструменты на благо единой цели, можно не только добиться более качественных результатов, но и сберечь денежные, временные и человеческие ресурсы в процессе реализации проекта. К основным преимуществам использования ИМК можно отнести: единое финансирование, которое позволяет убрать разделение и борьбу за выделение средств на разные одновременные проекты; единый центр управления и планирование компании, что позволяет подчинить все послания целевым аудиториям единой цели и идеи. По данным практиков ИМК, данная технология обходится

компания в 2 раза дешевле одновременных отдельных рекламной, маркетинговой и PR-кампании.

Однако, несмотря на эффективность, ИМК менее всего распространены в небольших городах и в малом бизнесе. Здесь их состояние можно охарактеризовать как переходное: осуществляются попытки взять из каждой сферы определенные инструменты. Владельцев малого бизнеса можно понять: для эффективной работы ИМК необходимы как минимум три отдельных специалиста, которые будут трудиться над единым проектом для достижения единой цели, а это требует гораздо больше затрат, нежели один маркетолог или специалист по связям с общественностью, пытающийся объединить в себе знания всех областей. Оценка эффективности коммуникационной интеграции может осуществляться путём расчёта степени интегрированности маркетинговых коммуникаций и темпа прироста экономии бюджета.

Все чаще предприятия малого бизнеса обращаются лишь к рекламе. Реклама – информационное сообщение, призванное воздействовать на потребителя и побудить его к определенным действиям (чаще всего – к приобретению товара). Однако, как показывают современные исследования, лишь 20% опрошенных покупали рекламируемый товар. Рекламное сообщение все труднее проходит сквозь барьеры в сознании потребителей, а создателям рекламы все труднее становится придумать что-то новое. Реклама – наиболее грубое и прямое воздействие на потребителя, которое наиболее полно справляется только с задачей информирования. Связи с общественностью же, наоборот, – тонкое взаимодействие, основанное на доверии и открытости компании для своих аудиторий. Инструменты связей с общественностью направлены на выстраивание долгосрочных отношений, создание положительного имиджа и репутации. В малом бизнесе специалисты по связям с общественностью востребованы меньше, чем маркетологи. Малый бизнес не задумывается о долгосрочной программе, ставя перед собой примитивную задачу – сбыть товар, на которую и ориентирована рекламная деятельность и работа маркетологов.

Общими функциями управления ИМК на предприятиях малого и среднего бизнеса являются:

- планирование, в основу которого положен принцип стратегической соподчинённости организационной, маркетинговой, коммуникационной составляющих;
- организация коммуникационной деятельности с учётом коммуникационной составляющей всех элементов маркетингового набора;
- контроль интеграции.

Примерный план организации и планирования ИМК в сфере малого бизнеса может сводиться к следующему: определению целевой аудитории, целей, бюджета, каналов и форм коммуникаций, созданию сообщения, реализации программы и оценке ее эффективности. Анализ предпочтений потребителей на региональном рынке позволяет выявить особенности потребления товара на конкретном рынке, а именно популярность товара, наиболее активных покупателей товара, узнаваемость торговых марок, наиболее популярные места покупки товара. Это необходимо для выбора целевых сегментов потребителей,

определения способов позиционирования товара, выбора стратегии и форм маркетинговых коммуникаций. Анализ конкурентной среды позволяет выявить основных конкурентов и стратегии маркетинговых коммуникаций, которые они используют. Стратегии, используемые конкурентами, позволяют предприятию сформировать свою собственную стратегию маркетинговых коммуникаций и успешно противодействовать конкурентам в этой области.

Чтобы правильно позиционировать свой товар, предприятию необходимо выявить потенциальную рентабельность и риски планируемой позиции, реальный имидж фирмы в сознании потребителя и то, как позиционируют свой товар фирмы-конкуренты, а также учитывать собственные стремления фирмы.

Подводя итог, можно сказать, что умелое сочетание маркетинга, рекламы и связей с общественностью дает мощный эффект, дополняя и усиливая друг друга. Несмотря на размеры бизнеса и сферы деятельности коммерческой организации, использование ИМК даст мощный толчок в развитии бизнеса, который не смогут сделать три обособленных отдела, работающих над своими задачами. Потребитель с каждым годом требует к себе все больше внимания, и воздействовать на его сознание удастся только, объединив усилия, инструменты и методики.

Библиографический список

1. Голова А. ИМК: основные понятия и тенденции развития // Маркетинговые коммуникации. 2004. - №2. - С. 31-37.
2. Сотникова Е.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации как конкурентное преимущество компании / Е.А. Сотникова, М.Е. Зыкова // Вестник ОрёлГИЭТ. – № 1–1(7). – янв.-март, 2009.

ББК 65.291.551-21

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ХОЛДИНГАХ

Е.А. Соломенникова

*Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН,
Новосибирский государственный университет*

Ситуация, свойственная данному этапу развития мировой экономики, свидетельствует, что именно инновационная составляющая развития предприятий является основным источником экономического роста и способствует повышению уровня конкурентоспособности организации. В решении проблем управления инновационной деятельностью и формирования механизмов ее экономической оценки отечественная и зарубежная наука располагает значительным количеством подходов и методов.

Цель любого хозяйствующего субъекта при внедрении инноваций состоит в увеличении темпов роста основных экономических показателей предприятия: выручки, прибыли, чистого дохода, выработки, объема материальных и нематериальных активов. Один из подходов оценки перспектив внедрения инноваций на предприятии предполагает определение степени влияния процесса реализа-

ции инновационного проекта на изменение себестоимости продукции. Для этого сравниваются темпы роста затрат и темпы роста производительности труда. Если темпы роста затрат на внедрение и содержание новой технологии будут меньше темпов роста производительности труда, то себестоимость будет уменьшаться, и наоборот. Можно расширить данный подход за счет большего включения в исследование экономических показателей и необходимость оценки взаимосвязей и взаимозависимостей между показателями эффективности деятельности предприятия, которые желательно рассматривать в динамике. Такая оценка осуществляется путём сравнения основных показателей во всех сферах деятельности предприятия: закупочной, производственной, сбытовой, кадровой, финансовой, а также в сфере НИОКР до и после реализации проекта. Это позволяет установить зависимость между инновационными процессами и эффективностью работы предприятия. Экономический смысл представленной зависимости заключается в том, что рост прибыли предприятия должен происходить более высокими темпами, чем рост выручки и имущества предприятия, то есть затраты, связанные с производством и реализацией продукции, должны уменьшаться при внедрении инновационных продуктов.

Другой подход позволяет оценить эффективность внедрения инноваций в виде чистого дисконтированного дохода, получаемого от внедрения инноваций. Фактически внедрение инновационного проекта можно рассматривать как реализацию инвестиционного проекта, поэтому все методы оценки последних можно использовать и для оценки эффективности внедрения инновационных проектов в частности чистый дисконтированный доход.

Многие авторы отмечают, что одним из основных условий для внедрения инноваций является наличие эффективной системы маркетинга и сбыта, осуществляющей связь предприятия с конечными потребителями с целью постоянного выявления новых требований покупателей, предъявляемых к качеству обслуживания посетителей, качеству реализуемых товаров и услуг и рекламе новых продуктов.

Внедрение значительных инноваций на предприятиях не только требует на протяжении длительного периода времени больших инвестиций, но и ставит под угрозу выполнение текущих планов, что, как правило, не допускает временного сокращения объемов производства и его эффективности. С другой стороны, система материального стимулирования внедрения инновации всегда ограничена как абсолютной суммой выделяемых целевых средств под ее реализацию, так и во времени и не может полностью компенсировать первоначальные вложения и убытки на старте.

Но большинство авторов сходятся во мнении, что для оценки экономической эффективности внедрения инноваций на предприятии должен быть разработан механизм комплексной оценки на базе интеграции как общих, так и внутрихозяйственных показателей эффективности инновационной деятельности. При этом он должен позволить определить не только коммерческую результативность внедрения инноваций, но и влияние новых или улучшенных технологий и продуктов на внутрихозяйственные результаты функционирования и развития предприятия.

Методы оценки внутрихозяйственной эффективности инновационных проектов включают следующие оценки:

- оценка рыночной привлекательности инноваций, которая предполагает определение эффективности инновации с точки зрения их коммерциализации на потенциальных сегментах рынка;

- оценка готовности предприятия к процессу внедрения инноваций и его возможностей по их реализации, которая требует экономического обоснования всех необходимых ресурсов для осуществления инновационного проекта, с особым акцентом на финансовые;

- оценка эффективности инвестиций в инновации, которая предполагает расчет показателей окупаемости необходимых инвестиций, нормы прибыльности, чистого денежного потока и др.

- оценка влияния инноваций на все финансово-экономические показатели предприятия.

Предварительные оценки должны объективно оценить целесообразность внедрения того или иного инновационного проекта и показать трудности на пути его внедрения. Особое внимание должно быть уделено рискам, с которыми связаны не только процессы разработки инновационных продуктов, но внедрение.

Проанализированные методы касаются предприятий, в чем же заключаются особенности использования этих методов в холдинговых структурах?

Методы оценки внедрения инноваций в холдинговых структурах ничем не отличаются от используемых для этих целей предприятиями. Преимущества холдинга заключаются в возможности консолидации прибыли и амортизационных отчислений по всей группе предприятий, входящих в холдинг, что дает возможность аккумулировать большие собственные ресурсы, чем у каждого предприятия в отдельности; возможность консолидации имущества для использования его в качестве залога при кредитовании; если холдинг представляет собой ОАО, чьи акции котируются на бирже, появляется возможность привлечь «дешевые» деньги за счет продажи части акций предприятий, входящих в холдинг, не увеличивая риск потери контроля над ними; соответственно, шире возможности и при первичном размещении акций (IPO) или эмиссии других ценных бумаг. Если сформулировать это коротко: консолидация активов дает возможность снизить стоимость привлекаемых денежных средств.

В некоторых случаях холдингам легче получить заемные средства под реализацию инновационных проектов, используя консолидированное имущество в качестве залога. В то же время отчисления дочерних предприятий в управляющую компанию не позволяют им самостоятельно планировать проекты с значительными инвестициями, необходимо участвовать в конкурсе за их получение в рамках выделения централизованных средств или участвовать в централизованных инновационных программах, но там, как правило, устанавливается очередность предприятий по реализации этих программ.

Преимущества, перечисленные и многие другие, только могут уменьшить риски, которые несут предприятия холдинга при внедрении инноваций, что в принципе равносильно повышению оценки эффективности внедрения иннова-

ционных продуктов на предприятиях холдинга.

Оценка перспектив внедрения инноваций в холдингах сильно зависит от типа холдинга: является ли он вертикальным или горизонтальным или относится к дифференцированным. Поэтому нужно учитывать влияние типа холдинговых структур на количественное значение этих оценок эффективности.

Вертикальные холдинги (чаще всего производственные холдинги) – это объединение предприятий одной производственной цепочки (добыча сырья, переработка, выпуск продукции, сбыт). Наиболее яркими представителями таких холдингов являются объединения, занимающиеся переработкой сельскохозяйственной продукции, металлов, нефтепереработкой.

Вертикальные холдинговые структуры по сравнению с горизонтальными холдингами в большей степени ориентированы на достижение совместного конечного результата. Поэтому в его состав входит большинство технологически связанных предприятий, задействованных в разработке и внедрении инновационных продуктов, что ставит их в меньшую зависимость от внешних поставщиков. В интегрированных холдингах управление инновационным развитием холдинговых образований чаще всего направлено на совершенствование технологически взаимосвязанных производственных и логистических цепочек. Одновременно в таких структурах затраты и времени и финансов на создание и внедрение инноваций должны быть минимальными. Однако в современной экономической ситуации все больше критикуются подобные структуры. Хотя необходимо заметить, что успешные примеры развития вертикальных инновационно-ориентированных холдингов многочисленны.

Все входящие в вертикально-интегрированный холдинг дочерние предприятия по всей технологической цепочке заинтересованы во внедрении инновации, поэтому результатом внедрения будут пользоваться все участники такой структуры. Правда, могут возникнуть некоторые проблемы, когда внедрение инновационных продуктов потребует модернизации сразу нескольких участников производственного процесса. Потребность в инвестициях может быть покрыта частично собственными средствами холдинга и самих дочерних предприятий, частично за счет привлечения инвесторов или кредитов. Конечно, как было отмечено выше, это существенно легче осуществить именно холдингу по сравнению с отдельными самостоятельными предприятиями. Важным моментом является то, что все участники технологической цепочки заинтересованы в получении конечного инновационного продукта и как можно скорее.

Если речь идет о внедрении инновационных технологий, то важным является то, сколько предприятий должны пройти переоснащение или модернизацию, сколько времени занимают эти процессы. Новые технологии позволяют, как правило, либо снизить затраты на производство, а в отдельных случаях и на реализацию, либо увеличить объемы производства продукции, причем эти конкурентные преимущества можно рассматривать в долгосрочной перспективе.

Горизонтальные холдинги – объединение предприятий, выпускающих аналогичные продукты на различных региональных рынках либо действующих на одном региональном рынке (энергетические компании, нефтяные и газовые

компании, производственные, телекоммуникационные и проч.). Они представляют собой объединение однородных бизнесов, например, территориальные структуры, которыми управляет единая управляющая компания. К числу таких представителей крупных горизонтальных холдингов можно отнести отраслевые объединения предприятий, например, компания Юнимилк, Кока-Кола, ОАО Пивоваренная компания «Балтика» и др. Такие холдинги ориентированы на совместные разработки инновационных продуктов и тиражирование их внедрения во всех предприятиях холдинга, таким образом, преодолевается одна из трудностей – финансирование инновационных разработок. Причем в составе горизонтального инновационно-ориентированного холдинга может быть своя научно-исследовательская база в виде институтов, конструкторско-технологических подразделений, которые изначально занимаются профильной продукцией предприятий холдинга. Другая ситуация, когда предприятия холдинга совместно выступают заказчиком фундаментальных исследований научно-исследовательским институтам за счет совместных финансовых средств или принимают решение о софинансировании на заключительных этапах разработок в институтах или о совместной покупке уже опытных образцов или промышленных технологий. Горизонтальным холдингам легче организовать выход на новые рынки, можно тиражировать опыт производства новой продукции и использовать распределение рынков под адаптацию новой продукции к особенностям предприятий и населения обслуживаемого региона. Повышение эффективности от внедрения инноваций в горизонтальных холдингах позволяет снизить риски как от ошибок при производстве нового продукта, так и от неверной оценки емкости потребительского рынка в отношении данной новинки.

Внедрение инновационных продуктов на одном из предприятий горизонтального холдинга позволяет отладить его производство, выйти на запланированные экономические показатели по точке безубыточности, рентабельности продукции и реализации плановых объемов, по производительности труда. Как только внедрение инновации выходит на все запланированные показатели, можно начинать тиражировать внедрение инновационных продуктов на всех других предприятиях холдинга. Привлекательность горизонтальных холдингов при внедрении инноваций, особенно не копируемых конкурентами, позволяет занять на достаточно длительный период и большую долю на рынке, так как может быть сформирована единая политика распределения инновационных продуктов, произведенных дочерними предприятиями. Поэтому оценка эффективности внедрения инноваций в горизонтальных холдингах может быть более достоверной, так как она может быть уточнена после апробации на одном-двух дочерних предприятиях.

Диверсифицированные холдинги – объединение предприятий, напрямую не связанных ни торговыми, ни производственными отношениями. Диверсифицированные холдинги – это структуры, предприятия которых действуют на различных рынках, и это могут быть новые виды продукции, предоставляемые услуги и т.д. [1].

Этот вид холдингов вбирает в себя как все преимущества, так и недостатки первых двух видов холдингов, в том числе и в области осуществления инно-

вационной деятельности. В таких холдингах экономическая оценка эффективности внедрения инноваций не может определяться простым суммированием аналогичных оценок дочерних предприятий. В них более сложная должна быть использована методика оценки эффективности внедрения инноваций.

Мероприятия, осуществляемые на этапе распределения инновационных продуктов в холдингах, оказывают существенное влияние на показатели работы дочерних предприятий. Для их оценки можно использовать комплексный метод определения эффективности внедрения инноваций, который опирался бы не только на абсолютные показатели эффективности, но и относительные в виде темпов прироста фактически тех же экономических показателей до и после их внедрения. Причем, конечно, желательно, чтобы темпы прироста были значительными, только так можно кардинально изменить и повернуть предприятия к процессу внедрения инновационных продуктов, то есть приблизиться к эффективному холдингу. Именно эффективный холдинг в состоянии генерировать не только достаточный денежный поток для текущей деятельности входящих в него дочерних предприятий, но и прибыль для проведения исследований по поиску инноваций, создания и развития новых инновационных направлений бизнеса.

В [2] предлагается, чтобы темпы прироста чистой прибыли были больше, чем темпы прироста выручки, которые, в свою очередь, больше темпов прироста интеллектуальной собственности предприятия, а они больше темпов прироста активов, которые больше темпов прироста производительности труда работников и которые больше 100%. Удовлетворение значений темпов прироста показателей условиям данного неравенства свидетельствует о позитивном влиянии реализации новинки на внутрихозяйственную сферу предприятия и позволяет преодолеть неопределенность при внедрении инноваций.

Инновационный потенциал предприятий холдинга фактически обеспечивает возможность его дальнейшего развития. Однако следует подчеркнуть, что важным является не только обладание такого рода потенциалом, но и способность его эффективно реализовывать. В настоящий момент в российской экономике наблюдается несоответствие между наличием инновационных возможностей и их реальным воплощением на рынке, поскольку совсем немногие предприятия имеют достаточно высокий инновационный потенциал, но еще меньшее их число эффективно используют его [3].

Инновационно-ориентированные холдинги заинтересованы в постоянном пополнении портфеля инновационных бизнес-проектов и ликвидации неконкурентных продуктов по различным основаниям, минимизации сроков внедрения новых инновационных продуктов, стремлении в течение долгосрочного периода повышать свою конкурентоспособность и постоянно получать максимальную прибыль независимо от стадии жизненного цикла инновационных продуктов и т.п. Для реализации таких целей на предприятиях холдинга в определенной последовательности должна быть обеспечена взаимозаменяемость ввода новых продуктов и выбытия продуктов, по которым снижаются продажи. И это не должно отрицательно сказываться на финансовых показателях деятельности холдинга.

Библиографический список

1. Соломенникова Е.А. Модели развития инновационно-ориентированных холдингов: организационно-финансовый аспект // Регион: экономика и социология. - 2013. - № 3. - С. 274-288.
2. <http://dis.podelise.ru/text/index-42341.html?page=2>. 22.04.2014.
3. Соломенникова Е.А., Прищенко Е.А. Холдинговые компании: проблемы эффективности их образования в России, мировой опыт // Экономика. Вопросы школьного экономического образования. - 2013. - № 3. - С. 20-32.

ББК 65.25

АКТИВИЗАЦИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ КРАУДСОРСИНГА

Ал. В. Сорокин, Ан. В. Сорокин

Рубцовский индустриальный институт

В статье обосновывается актуальность применения краудсорсинга для активизации творческого потенциала персонала предприятия и повышения эффективности процесса принятия управленческих решений; приводятся возможные направления применения краудсорсинга на промышленном предприятии.

В настоящее время многие российские промышленные предприятия столкнулись с проблемой более эффективного использования имеющихся ресурсов, в том числе и трудовых. Нынешние реалии диктуют необходимость развития предприятий, основанного на их внутренних возможностях, что позволяет в любой момент рассчитывать на собственные силы и в меньшей степени зависеть от внешней среды. При этом базой для реализации подобного развития выступает, прежде всего, потенциал персонала предприятий (кадровый потенциал).

Основная проблема заключается в том, что имеющийся кадровый потенциал предприятий необходимо правильно реализовывать, для чего нужны знания о соответствующих инструментах и методах. Несомненно, что создание условий для его реализации – очень сложная задача. Это, в первую очередь, связано с тем, что необходимо задействовать внутренние резервы человека, то есть сделать так, чтобы он проявил свои творческие способности. Таким образом, работник становится участником творческого процесса, результатом которого могут служить новые идеи и решения, направленные на повышение эффективности управления и деятельности предприятия.

Необходимо отметить, что именно творческий потенциал человека определяет его способность к генерации новых идей и образов. Чтобы реализовывать этот потенциал, то есть создавать инновации, организовывать выпуск новой продукции, искать пути снижения издержек и т.д., необходим определенный уровень активности со стороны работников [1, с.99].

Как показывает практика, проблемы активизации потенциала персонала являются в настоящий момент весьма актуальными для большинства россий-

ских промышленных предприятий. Родоначальником научной идеи активизации потенциала персонала можно считать Дугласа МакГрегора, развившего данное направление в 60-е годы двадцатого века в рамках Теории «У». Именно этот американский ученый утверждал, что «способность к творческому решению проблем встречается часто, а интеллектуальный потенциал среднего человека в организации используется лишь частично» [3, с. 492].

Сторонники данной теории и в настоящее время продолжают разрабатывать различные приемы, инструменты и способы активизации потенциала персонала предприятий, считая, что именно данное направление исследований позволяет использовать скрытые резервы хозяйствующих субъектов, существенно повышая эффективность их функционирования.

В рамках данной работы опишем один из подобных инструментов активизации творческого потенциала персонала предприятия – краудсорсинг, определяемый Джеффом Хау как «передача работы, традиционно выполняемой сотрудниками компании, на аутсорсинг неопределенной, как правило, большой группе людей, осуществляемая в виде открытого призыва» [2, 5]. Из предлагаемых вышеназванным ученым четырех категорий краудсорсинга для наших целей наиболее подходит первая – коллективный разум, или «мудрость толпы».

Как отмечалось в работе [4], идея применения данного инструмента для активизации творческого потенциала персонала предприятия состоит в следующем.

Руководство предприятия выносит на обсуждение некоторую проблемную задачу. Для ее решения оно может создать своего рода «ящик для предложений», который смогут пополнять авторизованные в корпоративной информационной системе сотрудники самого предприятия (независимо от того, связаны ли они с решением поставленной задачи в своей профессиональной деятельности), а также сотрудники предприятий-партнеров (например, поставщиков, подрядчиков), мнение которых потенциально может представлять интерес. Таким образом, круг лиц, которых в рамках данного проекта целесообразно привлекать к решению поставленной задачи, можно варьировать и регулировать.

При этом всем потенциальным участникам обсуждения предоставляется информация о системе вознаграждения за достигнутые результаты работы. В качестве вознаграждения могут выступать как материальные стимулы, так и продвижение по карьерной лестнице, а также возможность проявить свои знания и навыки, повысить собственный профессиональный уровень (всё вышеназванное, прежде всего, применимо для сотрудников предприятия).

Использование такого метода решения проблемных задач, активизации творческого потенциала и трудовой активности персонала предприятия позволяет повысить уровень вовлеченности сотрудников и численность задействованных в решении задачи (как правило, участники краудсорсинговых проектов готовы тратить свое личное время), не отрывать сотрудников от их основной деятельности (как это происходит при использовании в качестве метода решения проблемных задач, например, метода мозгового штурма), то есть сократить издержки, а также способно привести к общему росту уровня мотивации персонала предприятия.

Немаловажным фактором успешного использования краудсорсинга для активизации потенциала сотрудников предприятия является сфера его применения. Для того, чтобы данный инструмент был эффективным, а затраты на него не оказались напрасными, необходимо четко обозначить круг проблем, решаемых промышленными предприятиями, допускающими его применение (рис. 1.).

В рамках промышленного предприятия, на наш взгляд, краудсорсинг становится особенно актуальным в рамках решения производственных проблем и проблем деятельности персонала, так как именно эти два направления являются наименее «раскрытыми» с позиции «задействования» резервов роста их эффективности.

Библиографический список

1. Генкин Б.М. Экономика и социология труда: Учебник для вузов. М.: Норма, 2005. – 402 с.
2. Краудсорсинг: Коллективный разум – будущее бизнеса / Джефф Хау; Пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишер», 2012. – 288 с. – (Библиотека Сбербанка).
3. Мескон, М. Основы менеджмента [Текст]: [пер. с англ.] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2009. – 701 с.
4. Сорокин Ал.В., Сорокин Ан.В. К вопросу о совершенствовании механизма принятия управленческих решений с использованием принципов краудсорсинга / Ал.В. Сорокин, Ан.В. Сорокин // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2014. Выпуск 1 (33). – С. 66-67.
5. Crowdsourcing: a definition [Электронный ресурс]. URL: <http://crowdsourcing.typepad.com>



Рис. 1. Проблемы промышленных предприятий, допускающие для решения использование краудсорсинга

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УСТОЙЧИВЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

М.К. Толымгожинова, Л.В. Кузьмина

Государственный университет имени Шакарима города Семей

Статья подготовлена в рамках выполнения грантового научного исследования МОН РК: «Региональные аспекты интеграции цепей поставок в перспективных условиях Единого транспортного пространства».

В статье раскрывается ключевая терминология управления цепями поставок с позиций различных авторов, рассматриваются основные элементы и особенности формирования устойчивых цепей поставок

В последние десятилетия одной из самых динамично развивающихся концепций является концепция управления цепями поставок (от англ. Supply Chain Management). Актуальной тенденцией в проблематике управления цепями поставок становится повышение устойчивости и надежности цепей поставок и снижение их уязвимости.

Мировой экономический кризис 2008-2012 гг. показал, насколько важным является умение компаний находить новые инновационные решения для сохранения устойчивости цепей поставок в непростых и плохо предсказуемых макроэкономических условиях. Те фирмы, которые вовремя перестроились на новые рельсы интеграции и координации как внутренних бизнес-процессов, так и взаимоотношений с контрагентами в цепях поставок, смогли не только удержать свои позиции, но и добиться значительных результатов в повышении конкурентоспособности и упрочения рыночных позиций [1, с. 6].

Объективными основами развития управления цепями поставок стали тенденции, обозначившиеся в 90-х годах XX века: возрастание роли клиента, глобализации рынков и информатизация общества. Эти тенденции вызвали изменения в стратегиях обеспечения конкурентоспособности и доходности бизнеса, связанные с тем, что на финансовые результаты оказывает влияние не внутренняя оптимизация локальных функций управления, а интеграция внутри предприятия и координация с поставщиками и клиентами по всей цепи создания добавленной стоимости [2].

В конце XX – начале XI вв. один из видных теоретиков менеджмента Питер Друкер, а вслед за ним и известные консалтинговые компании объявили о сдвиге парадигмы управления бизнесом в сторону управления цепями поставок. Как отметил П. Друкер, «одно из самых значительных изменений парадигмы современного бизнес-управления заключается в том, что отдельные предприятия больше не могут конкурировать как автономные образования, но конкурируют как цепи поставок. Управление бизнесом вошло в эпоху межсетевой конкуренции, и конечный успех отдельного предприятия будет зависеть от способностей руководства к интеграции сложной сети деловых связей компании» [3].

В 1996 году известная консалтинговая компания «Gartner Research» на своем сайте вывесила лозунг: «Из эпохи конкуренции отдельных компаний мир

перешел в эпоху конкуренции их цепей поставок!»), который приобрел в деловых кругах широкую известность.

Сам термин «Supply Chain Management (SCM)» появился в США в начале 1980-х гг. Его первое использование связывают с работами американских консультантов Р. Оливера и М. Вебера в 1982 году, которые предложили рассматривать управление материальными потоками от производителей исходного сырья до конечного потребителя в рамках интегрированной стратегии, назвав ее «управление цепями поставок» [1, с. 18].

Несмотря на популярность концепции управления цепями поставок среди теоретиков менеджмента, маркетинга и логистики, единого понимания термина «цепь поставок» нет. Различными авторами термин «цепь поставок» определяются по-разному, но суть при этом остается, как правило, одинаковой. В таблице 1 приведены различные определения цепи поставок зарубежных авторов.

Таблица 1

Определения термина «цепь поставок» у различных авторов

Источник	Определение
1	2
Уотерс Д. (2003:19)	Цепь поставок состоит из ряда видов деятельности и организаций, через которые материалы проходят во время своего перемещения от поставщиков начального уровня до конечных потребителей.
Хендфилд, Роберт Б., Николс, мл., Эрнест Л. (2003:28)	Цепь поставок охватывает все организации и виды деятельности, связанные с перемещением и преобразованием товаров, начиная со стадии сырья и исходных материалов и заканчивая доставкой готовых продуктов конечному пользователю, а также связанные со всем этим информационные потоки.
Иванов Д.А. (2009:59)	Цепь поставок (процессное понимание) – это совокупность потоков и соответствующих им кооперационных и координационных процессов между различными участниками цепи создания стоимости для удовлетворения требований потребителей в товарах и услугах. Цепь поставок (объектное понимание) – это совокупность организаций (предприятий-изготовителей, складов, дистрибуторов, 3PL и 4PL провайдеров, экспедиторов, оптовой и розничной торговли), взаимодействующих в материальных, финансовых и информационных потоках, а также потоках услуг от источников сырья до конечного потребителя.
Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. (2008:21)	Цепь поставок представляет собой единую структуру, в рамках которой деловое предприятие объединяет усилия со своими поставщиками, чтобы эффективно донести товары, услуги и информацию до конечных потребителей.
Сергеев В.И. (2014:7)	Цепь поставок – ряд связанных договорными транзакциями организаций: от поставщика сырья до конечного пользователя.
Григорьев М.Н. (2012:24)	Цепь поставок определяется как объединение всех видов бизнес-процессов (проектирование, производство, продажи, сервис, закупки, дистрибуция, управление ресурсами, поддерживающие функции), необходимых для удовлетворения спроса на продукцию или сервис - от начального момента получения исходного сырья или информации до доставки конечному потребителю.

1	2
Словарь ANNEX	Цепь поставок - объединение всех видов бизнес-процессов (проектирование, производство, продажи, сервис, закупки, дистрибьюция, управление ресурсами, поддерживающие функции), необходимых для удовлетворения спроса на продукцию или сервис - от начального момента получения исходного сырья или информации до доставки конечному потребителю.

Как показывает анализ экономической литературы, термин «управление цепями поставок (УЦП)» в подавляющем большинстве используется в зарубежных литературных источниках и понимается в самых различных аспектах: от логистики отдельной компании – простого согласования планов сбыта и поставок с несколькими компаниями до всеобъемлющей концепции управления бизнесом в XXI веке, в которой поставка изделий или услуг конечному пользователю рассматривается как процесс, управляемый независимо от границ между предприятиями с целью увеличения ценности бизнеса всех его участников [4, с.10].

Так, например, Европейской логистической ассоциацией (European Logistical Association) было дано следующее определение: «Управление цепями поставок – это организация, планирование, контроль и регулирование товарного потока, начиная с получения заказа и закупки сырья и материалов для обеспечения производства товаров, и далее – через производство в распределение, доведение его с оптимальными затратами ресурсов до конечного потребителя в соответствии с требованиями рынка».

В словаре APICS Ассоциации оперативного менеджмента можно найти еще одно определение УЦП: «Управление цепями поставок – это проектирование, планирование, контроль и мониторинг деятельности в цепи поставок с целью создания чистой стоимости, построения конкурентоспособной инфраструктуры, использования рычагов глобальной логистики, синхронизации поставок со спросом и измерения результатов функционирования цепи поставок в целом» [5, с. 41].

Сток Дж. Р. и Ламберт Д.М. определяют управление цепочками поставок как интегрирование ключевых бизнес-процессов, начинающихся от конечного пользователя и охватывающих всех поставщиков товаров, услуг и информации, добавляющих ценность для потребителей и других заинтересованных лиц [6, с. 36].

С точки зрения известного специалиста в области логистики и SCM Иванова Д.А., управление цепями поставок – это системный подход к интегрированному планированию и управлению всем потоком информации, материалов и услуг от конечного потребителя через предприятия и склады до поставщиков сырья [2, с. 59].

На основании своих исследований Дж. Менцер и соавторы определили три существенных значения концепции управления цепями поставок:

- 1) УЦП в качестве философии управления при общем рассмотрении цепочки создания стоимости;

- 2) УЦП в качестве комплекса действий для воплощения такой философии;
- 3) УЦП в качестве процесса управления, оперативно отражающего цель единой, выходящей за рамки предприятия, оптимизации цепочки создания стоимости [7].

Подобные различия термина SCM, на наш взгляд, связаны с недостаточной научной проработанностью теоретических и методологических основ управления цепями поставок, с небольшим периодом исторического развития УЦП как науки.

Кроме того, как указывает Петрова А.В., в мировой практике существуют различные национальные школы, занимающиеся изучением и исследованиями в области логистики и управления цепями поставок. В качестве примера можно привести американскую школу (Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс, Д. Уотерс и др.) или научную школу в Великобритании (М. Кристофер, Дж. Менцер, К. Оливер, М. Вебер и др.) [4, с.7]. Различная терминология УЦП связана с принадлежностью разных авторов к той или иной логистической школе, а также стремлением сосредоточить внимание на отдельных аспектах логистического процесса.

Сходность различных авторов в определении термина «управления цепями поставок» заключается в понимании того, что управление материальным потоком есть сквозной процесс, начиная от источника его возникновения до точки конечного потребления.

На наш взгляд, наиболее полно дано определение УЦП Хэнфилдом Робертом Б.: «Управление цепью поставок – это интеграция всеми организациями и видами деятельности, входящими в цепь поставок, на основе взаимного сотрудничества, эффективных бизнес-процессов и высокой степени совместного использования информации с целью создания высокоэффективных систем формирования ценности, которые обеспечивали бы организациям-участникам существенное конкурентное преимущество» [8, с. 28].

Таким образом, УЦП можно рассматривать как интегрированный функционал, ответственный за интеграцию ключевых бизнес-процессов внутри компании и между компаниями, участвующих в потоковых процессах, т.е. функционал, создающий единую совершенную бизнес-модель.

Главная цель управления цепями поставок – повышение прибыли, увеличение доли рынка и минимизация совокупных затрат в цепи поставок для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности бизнеса в долгосрочной перспективе.

Принципиальным понятием в управлении цепями поставок является понятие «Системы формирования ценности» – «взаимосвязанная совокупность организаций, ресурсов и потоков знаний, участвующих в создании и доставке ценности конечным потребителям. Системы формирования ценности (СФЦ) объединяют действия, выполняемые в цепи поставок, – начиная с определения запросов потребителей, разработки конкретных продуктов или услуг, производства или операций и заканчивая распределением, включая (применительно к конкретной ситуации) поставщиков первого, второго и третьего уровней. Целью СФЦ является такое позиционирование организаций в цепи поставок, ко-

торое позволяет им обеспечить наивысшие уровни удовлетворенности потребителей и потребительской ценности при условии эффективного использования компетенций всех организаций, участвующих в данной цепи» [8, с. 31].

«Системы формирования ценности», «Создание добавленной стоимости», «Цепочка создания стоимости (ценности)» – это, по сути, разные переводы с английского языка одного и того же понятия – «Value adding chain» - теоретического понятия, которое стал использовать М. Портер для анализа конкурентных преимуществ и способов их получения.

В своей работе «Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость», М. Портер отмечает: «Конкурентное преимущество не может быть понято без рассмотрения всей фирмы в целом. Оно происходит из многих самостоятельных видов деятельности, которые фирма выполняет при проектировании, производстве, маркетинге, доставке и поддержке своего товара. Каждый из этих видов деятельности может внести свой вклад в относительную величину издержек фирмы и в создание основы для индивидуализации товара... Цепочка создания стоимости дезагрегирует функционирование фирмы на стратегически релевантные виды деятельности для того, чтобы обеспечить понимание поведения издержек, а также существующих и потенциальных источников индивидуализации. Фирма получает конкурентное преимущество за счет того, что осуществляет эти стратегически важные виды деятельности дешевле и лучше своих конкурентов» [9].

Цепочка создания стоимости – совокупность основных и вспомогательных видов деятельности, которые увеличивают потребительскую стоимость товаров и услуг, создаваемых организацией для продажи потребителям.

Цепочка создания стоимости по М. Портеру представлена на рисунке 1.

К основным видам деятельности М. Портер относит виды деятельности, имеющие непосредственное отношение к физическому созданию продукта и движению продукта по направлению к покупателю, а также обслуживанию и технической поддержке.

Вспомогательные виды деятельности направлены на поддержку основных видов деятельности и представляют собой интегрирующие функции, которые пересекаются с различными основными видами деятельности.

Цепочка создания стоимости – это теория фирмы, которая рассматривает ее как совокупность дискретных, но связанных производственных функций, если определять эти функции как виды деятельности. Тогда описание цепочки создания стоимости будет сосредоточено на том, как эти виды деятельности создают стоимость и от чего зависят издержки каждого из них. В этом случае компания получает значительную свободу и самостоятельность в отношении определения возможностей комбинирования всех видов деятельности друг с другом, в результате чего образуются различные конфигурации [10].

SCM является основным методом повышения эффективности системы формирования ценности, а следовательно, и увеличения доходности бизнеса.

С точки зрения объектного понимания, цепь поставок представляет собой совокупность организаций (предприятий-изготовителей, складов, дистрибьюторов, 3PL провайдеров, 4 PL провайдеров, экспедиторов, оптовой и розничной

торговли), взаимодействующих в материальных, финансовых и информационных потоках, а также в потоках услуг от источников исходного сырья до конечного потребителя.



Рис. 1. Цепочка создания стоимости по М. Портеру

Основными элементами цепи поставок (ЦП) являются:

1) Поставщики исходного сырья (предприятия, организации), поставляющие материальные ресурсы заказчикам.

2) Субподрядчики (физические или юридические лица), привлеченные подрядчиком к исполнению договора подряда.

3) Фокусная компания (производитель конечной продукции).

4) Логистические операторы и провайдеры. Существует следующая классификация логистических провайдеров:

- 1 PL (First Party Logistics) – автономная логистика, все операции выполняет сам грузовладелец;

- 2 PL (Second Party Logistics) – оказание традиционных услуг по транспортировке и управлению складскими помещениями;

- 3 PL (Third Party Logistics) – расширение стандартного перечня услуг нестандартными (складирование, перегрузка, обработка грузов, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью), использование субподрядчиков;

- 4 PL (Fourth Party Logistics) – интеграция всех компаний, вовлеченных в цепь поставок;

- 5 PL (Fifth Party Logistics) – управление всеми компонентами, составляющими единую цепь поставки грузов с помощью электронных средств информации. 3 PL, 4 PL, 5 PL логистические операторы – это интеграторы логистических процессов высокого уровня, когда вся цепочка поставок контролируется и управляется одним высококвалифицированным логистическим провайдером. Обычно такого типа операторы востребованы на конкурентных рынках. Их услугами пользуются транснациональные корпорации, производящие высокотехнологичные продукты при непрерывном производственном цикле.

5) Дистрибьюторы (как правило, представляют собой организацию, которая осуществляет продажу товаров, приобретенных по договору с определенным производителем на долгосрочной основе).

6) Клиенты (потребители, покупатели, заказчики) [4, с. 18].

Оценить значимость каждого их участников можно по степени их влияния на формирование и управление цепями поставок. В зависимости от того, как тот или иной участник цепи влияет на ценность, предоставляемую конечным потребителям, всех участников цепи можно разделить на ключевых (основных) и вспомогательных участников (рисунок 2).



Рис. 2. Участники цепей поставок

Вспомогательные участники цепи за счет предоставления собственных ресурсов, знаний, возможностей или активов оказывают необходимую поддержку ключевым участникам ЦП. Вспомогательными участниками могут быть: банки и иные кредитные учреждения; страховые компании, экспедиторские и транспортные организации; охранные структуры; фирмы, представляющие в аренду складские, производственные или торговые площади; лизинговые компании; консалтинговые фирмы; органы государственной власти в лице налоговых, таможенных и других служб [4, с. 19].

Цепь поставок представляет собой определенную систему, с совокупностью ряда элементов, связей между ними, удаленностью друг от друга и другими характеристиками, поэтому при формировании ЦП следует учитывать некоторые особенности:

1) Все участники цепи являются юридическими независимыми организациями между собой, в связи с этим они могут конкурировать как друг с другом, так и с другими цепями поставок;

2) Обязательным условием формирования ЦП является наличие фокусной компании, т.е. производителя конечной продукции или услуги: предприятия, осуществляющего сборку конечной продукции (ОЕМ – Original Equipment Manufacturer) в производстве, торговой сети в торговле или логистического провайдера. Так как именно фокусная компания аккумулирует в своей деятельности множество ресурсов, мощностей не только своего предприятия, но и других компаний;

3) В цепи поставок важное внимание уделяется кооперационным и координационным связям со всеми участниками цепи, но особенно с поставщиками и клиентами [2, с. 57].

В заключение необходимо отметить, что управление цепью поставок является целостной концепцией ведения бизнеса, объединяющей в себе передовые организационные принципы и возможности современных информационных технологий. Во многих случаях Supply Chain Management – это философское изменение способа бизнеса, который реализовать на практике достаточно трудно. По мере продвижения по цепи от компании – покупателя в процесс включаются ряд поставщиков, которые в свою очередь имеют своих поставщиков и т.д. В результате получается сеть поставок или серия цепей. Сеть имеет тенденцию к быстрому усложнению. Помимо сложности управления сетью, немаловажным фактором является ослабление поддержки в сети поставок.

В связи с этим возникает необходимость в применении новых усовершенствованных методик при управлении цепями поставок, которые могут быть эффективно использованы в цепях поставок для сокращения объемов перевозок и хранения в каждом звене цепи поставок и формирования конкурентных преимуществ всей цепи посредством сокращения времени цикла и конечной стоимости продукции для потребителя.

Библиографический список

1. Сергеев В. И. (2014). Управление цепями поставок: учебник для бакалавров и магистров / В. И. Сергеев. - М.: Издательство Юрайт, Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
2. Иванов Д.А. (2009). Управление цепями поставок / Д.А. Иванов. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та.
3. Drucker P.F. (1998). Practice of Management. Oxford: Butterworth Heinemann.
4. Петрова А.В. (2012). Управление цепями поставок: Конспект лекций / Петрова А.В., Вохмянина А.В. – Екатеринбург: Изд-во УрГУПС.
5. Аникина Б.А., Родкина Т.А. (2013). Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: учебник / под ред. Аникиной Б.А. и Родкиной Т.А. – М.: Проспект.
6. Сток Дж. Р., Ламберт Д.М. (2005). Стратегическое управление логистикой: Пер с 4-го англ. Изд. – М.: ИНФРА-М.
7. Menzer J.T., De Witt W., Keebler J.S., Min S., Nix N.W., Smith C.D., Zacharia Z.G. (2001). Sypply Chain Management // Journal of Business Logistics, 22. Jg., №2. – P. 1-25.
8. Хендфилд Роберт Б., Николс мл. Эрнест Л. (2003). Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. Пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс».
9. Портер М. (2006). Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер; Пер. в англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Букс.
10. Кристофер М. (2004). Логистика и управление цепочками поставок / Под общей редакцией В.С. Лукинского. – СПб.: Питер.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

И.И.Томашевич

ООО «Алтайтрансмаши-сервис», г. Рубцовск

Социально-деятельная сущность человека, прежде всего, лежит в основе социализации индивида, в процессе которой и происходит формирование личности. Отсюда следует вывод, что человеческие ресурсы – это совокупность различных качеств людей, которые определяют их трудоспособность к производству материальных и духовных благ и непосредственно самих людей и являются обобщающим показателем развития общественного производства. Необходимо четко разграничить почти тождественные понятия – человеческие ресурсы и трудовые ресурсы. БСЭ дает следующую трактовку понятию трудовые ресурсы – это часть населения страны, обладающая необходимым физическим развитием, знаниями и практическим опытом для работы в народном хозяйстве. Таким образом, планируя управление человеческими ресурсами, необходимо учитывать социальные особенности общества, предоставившего эти ресурсы. При этом управление человеческими ресурсами будет различаться в зависимости от управления на уровне организации, муниципального образования, региона, страны.

Рассмотрим важные элементы управления человеческими ресурсами на уровне организации.

Решения, связанные так или иначе с судьбами людей, сложны и требуют значительных затрат времени по той простой причине, что Господь Бог сотворил людей не в качестве «ресурсов» для предприятий и организаций. Люди не изготавливаются в формах и размерах, отвечающих потребностям тех или иных организаций, и их нельзя обработать или переналадить соответственно требованиям. В лучшем случае они «почти подходят» для выполнения стоящих перед ними задач. Для того чтобы осуществить работу силами реально существующих людей, необходимо много времени и большие интеллектуальные усилия [Питер Друнер, 1964 г.] .

Можно выделить несколько ключевых моментов управления человеческими ресурсами в организации:

1. Человек существо разумное, и поэтому его реакция на процесс управления им непредсказуема, поскольку основывается не на механическом исполнении, а на эмоциональном. Следует избирательно подходить к каждому сотруднику. Для одного достаточно приказа, а с другим стоит поговорить «по душам», выяснить домашние проблемы и т.д. При таком подходе можно рассчитывать на одинаковый конечный результат от совершенно разных сотрудников.

2. Процесс управления всегда является двусторонним. Плох тот руководитель, который не хочет или не может этого понять. Зачастую коллектив даже более управляет своими руководителями, чем это кажется. Реакция на неприемлемые методы руководства может выразиться в качестве и сроках выполнения работ, а зачастую и в увольнении ценных сотрудников.

3. Человек способен к развитию. А это один из важных элементов повышения производительности труда, эффективности производства. Рассматривая

человека как невозобновляемый ресурс, следует уделять внимание его обучению, повышению его интеллектуального уровня, даже если он выполняет, казалось бы, «черновую работу».

Очень действенно проведение профессионального обучения с привлечением специалистов со стороны. Они привносят в организацию новое видение внутренних проблем и новые варианты решения этих проблем. При этом нельзя не использовать и внутренние резервы организации, назначая наставников над молодыми сотрудниками.

4. Человек приходит в организацию, ставя перед собой конкретные цели – заработать денег, самореализоваться, получить профессию или навыки. Таким образом, важно учитывать, что человек приходит в организацию не ради решения ее проблем, а ради решения собственных задач через работу в организации. Необходимо дать уверенность работнику, что работа на благо достижения целей организации максимально приблизит его к удовлетворению личных потребностей. И здесь важен не только заработок и занимаемая должность. Фото на доске почета, грамота, статья в газете и многое другое должно быть неизменным атрибутом в руках грамотного управленца.

5. Человек по натуре – существо «ленивое». Если медведь учится кататься на велосипеде, зная, что его ждет кусок сахара, то человек, используя свой разум, будет стремиться получить этот кусок просто так. Необходим постоянный контроль за персоналом, постоянная индивидуальная работа.

Обобщая вышесказанное, мы можем сказать, что суть управления человеческими ресурсами – это повышение их эффективности в труде.

Оценкой эффективности труда является заработная плата, направленная на вознаграждение работников за выполненную работу и на мотивацию достижения желаемого уровня производительности [Вендель Л.Френч].

Структура заработной платы в организации определяется с помощью анализа уровня заработной платы в регионе, условий на рынке труда, производительности, а также прибыльности организации.

Помимо заработной платы организация предоставляет своим работникам дополнительные льготы. Само собой разумеется, что такие льготы, как оплачиваемые отпуска, больничные листы, страхование и пенсионное обеспечение являются составной частью любой постоянной работы. К прочим льготам относятся – ссуды с пониженной ставкой (или беспроцентной) на нужды сотрудника, помощь в определении ребенка в детский сад или летний лагерь, определенные доплаты за выслугу лет, решение вопросов о предоставлении отпуска по желанию работника и т.д.

Традиционный подход по предоставлению дополнительных льгот заключается в том, что одинаковые льготы имеют все работники одного уровня, и при этом не учитываются различия между людьми. Однако не все сотрудники ценят такие льготы. Ценность дополнительных льгот воспринимается людьми в зависимости от таких факторов, как возраст, семейное положение, размер семьи, личные увлечения и т.д.

Поэтому некоторые организации разрабатывают систему, по которой работнику разрешается самому выбрать пакет льгот в установленном пределе.

Для повышения эффективности труда, иными словами производительности, желательно, чтобы руководство организации не только констатировало факт результатов трудовой деятельности, но и постоянно вело диалог с работником, умело его выслушивать и прислушиваться, т.е. собеседование должно носить двухсторонний характер.

Необходимо создавать такой корпоративный дух в организации, чтобы она стала саморегулирующей внутренние проблемы, с возможностью обсуждения с руководством и двухстороннего восприятия критики.

Не стоит упускать важнейший момент, что любой сотрудник, которого мы рассматриваем как человеческий ресурс, является носителем знаний, опыта, интеллекта, полученных в результате подготовки его организацией, и если он покидает эту организацию, то ей придется понести дополнительные затраты на приведение в соответствующую квалификацию другого носителя человеческого ресурса.

ББК 65.04

УДК 332.1

ВОЗМОЖНОСТИ КРАТКОСРОЧНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАСХОДА ТОПЛИВА НА ОТОПЛЕНИЕ

И.И. Хажеев

Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН, г. Иркутск

В силу суровых климатических условия для нашей страны всегда одной из приоритетных задач являлось обеспечение надежного топливоснабжения населения и предприятий в зимний период. Это требует создания специальных резервов и запасов котельно-печного топлива в осенне-зимний период [1, с. 80].

Уместно отметить, что проблемы регулирования колебаний расхода топлива на отопление, влияния на них метеорологических факторов рассматривались многими учеными-энергетиками СССР, в том числе в работах Л.С. Хрилева, Ю.Я. Мазура, А.С. Некрасова, Т.М.Полянской, М.А. Великанова и др. [2-5].

Возможные отклонения топливопотребления будут оцениваться по многолетним рядам показателя интегральной разности температур внутри и вне здания за отопительный период.

$$B_{\tau}^r = \sum_{k=1}^{L_{\tau}^r} (\hat{t} - t_{\tau}^{rk}), \quad \tau = \overline{1, T^r}, \quad (1)$$

где T^r – количество рассматриваемых отопительных периодов, τ – номер рассматриваемого отопительного периода, r – номер рассматриваемого района или пункта наблюдения, k – номера дней отопительного периода, L_{τ}^r – общее количество дней отопительного периода τ в районе k . Символом \hat{t} обозначено нормативное значение температур внутри здания (в представленных ниже результатах его значение было принято равным 18°C).

Расчетная дата начала отопительного периода определялась по следующему формализованному правилу: если среднесуточная температура в течение 5 суток ниже 8°C , то считаем, что отопительный период наступил. Отопитель-

ный период считаем законченным, если среднесуточная температура воздуха в этом районе (пункте наблюдения) в течение 5 суток выше 8 °С.

В работе не уточняется, в какой форме должен делаться прогноз и как он может использоваться. Ограничимся пока только выяснением принципиальных вопросов. Существует ли существенная статистическая зависимость между датами начала отопительного периода и отклонениями объемов теплопотребления и топливопотребления за отопительный период? Существует ли значимая статистическая связь между отклонениями от среднего уровня между расходами топлива на отопление за прошедшие и последующие месяцы отопительного периода?

1. Влияние даты начала отопительного периода на расход топлива на отопление

Расчетная дата отопительного периода (определяемая по указанному во введении правилу) варьируется в широком диапазоне – от одного до двух месяцев в зависимости от региона России. Значения диапазонов дат начала отопительного периода представлены ниже, в таблице 1.

Таблица 1

Среднемноголетняя интегральная разность температур внутри и вне здания и диапазоны дат начала отопительного периода

Название города, пункта наблюдения	Сроки наблюдения	Среднемноголетняя интегральная разность температур	Диапазон дат начала отопительного периода
Якутск	1890-2013	9990,5	15.08-31.09
Анадырь	1898-2012	8922,2	09.08-28.09
Иркутск	1835-2013	6512,6	05.09-29.09
Новосибирск	1935-2013	6124,8	01.09-30.10
Екатеринбург	1881-2013	5883,3	01.09-24.10
Архангельск	1882-2013	5871,8	01.09-17.10
Владивосток	1917-2013	4905,4	04.10-15.11
Москва	1942-2013	4763,4	03.09-30.10
Калининград	1947-2013	3788,4	25.09-13.11
Краснодар	1938-2013	2881,9	02.10-27.11

Пункты метеонаблюдений, представленные в таблице 1 и последующих таблицах, ранжированы в порядке убывания средней арифметической за весь период наблюдения интегральной разности температур.

Из таблицы 1 видно, что чем меньше среднемноголетняя интегральная разность температур за отопительный период, тем позднее в среднем наступает расчетная дата начала отопительного периода. Что вполне естественно. Районы с более холодными зимними температурами обычно имеют и более длительный отопительный период.

Естественно предположить: в одном и том же районе при более раннем наступлении расчетной даты начала отопительного периода возрастает вероятность того, что показатель интегральной разности температур за этот отопи-

тельный период будет больше, чем его среднестатистическое значение за многолетний период. При более позднем наступлении расчетной даты начала отопительного периода возрастает вероятность более теплой зимы (по показателю интегральной разности температур за отопительный период).

Для проверки этой гипотезы воспользуемся методом, основанным на подсчете и оценке частот распределения наблюдений по квадрантам координатной плоскости.

Множества наблюдений (дата начала отопительного периода и интегральная разность температур для всех рассматриваемых в данном пункте отопительных периодов) разбиваются на два подмножества по двум признакам. Во-первых, – в зависимости от того, больше или меньше дата начала данного отопительного периода относительно среднеарифметической даты за весь многолетний период. Во-вторых, в зависимости от того, больше или меньше интегральная разность температур данного отопительного периода среднемноголетнего значения этого показателя.

В итоге получаем разбиение всего множества наблюдавшихся в прошлом отопительных периодов на четыре подмножества. Горизонтальная ось делит множество отопительных периодов на подмножества со значениями интегральной разности температур выше (верхняя часть) и ниже (нижняя часть) среднемноголетнего значения этого показателя. Вертикальная ось соответствует среднемноголетнему значению расчетной даты начала отопительного периода. Правее этой оси располагаются отопительные периоды с более поздним наступлением отопительного периода. Левее – с более ранним, чем среднемноголетнее значение.

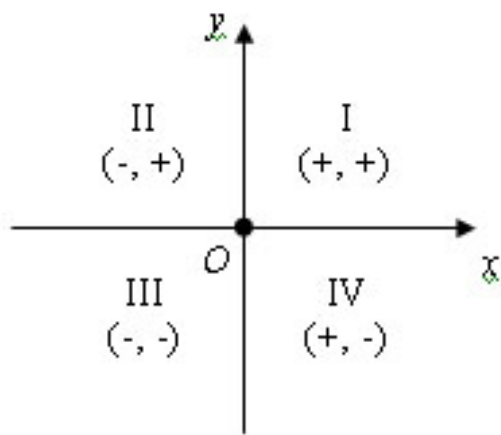


Рис. 1. Расположение квадрантов на координатной плоскости

Обозначим количество отопительных периодов в каждом квадранте за N_i^r , $i = \overline{1,4}$. Рис. 1 можно интерпретировать следующим образом: I квадрант соответствует ситуации позднего наступления холодной зимы, II квадрант – ситуации раннего наступления холодной зимы, III квадрант – раннее наступление теплой зимы и IV квадрант – позднее наступление теплой зимы.

Следует пояснить, что «теплой зимой» в данном случае будем считать зиму с интегральной разностью температур меньшей среднего арифметического значения интегральной разности за весь период наблюдения, и «холодной зимой» – в случае, когда интегральная разность температур будет больше среднемноголетней интегральной разности. Аналогично, «ранней (поздней) зимой» будем называть зиму с датой начала отопительного периода меньшей (большей) его среднемноголетнего значения.

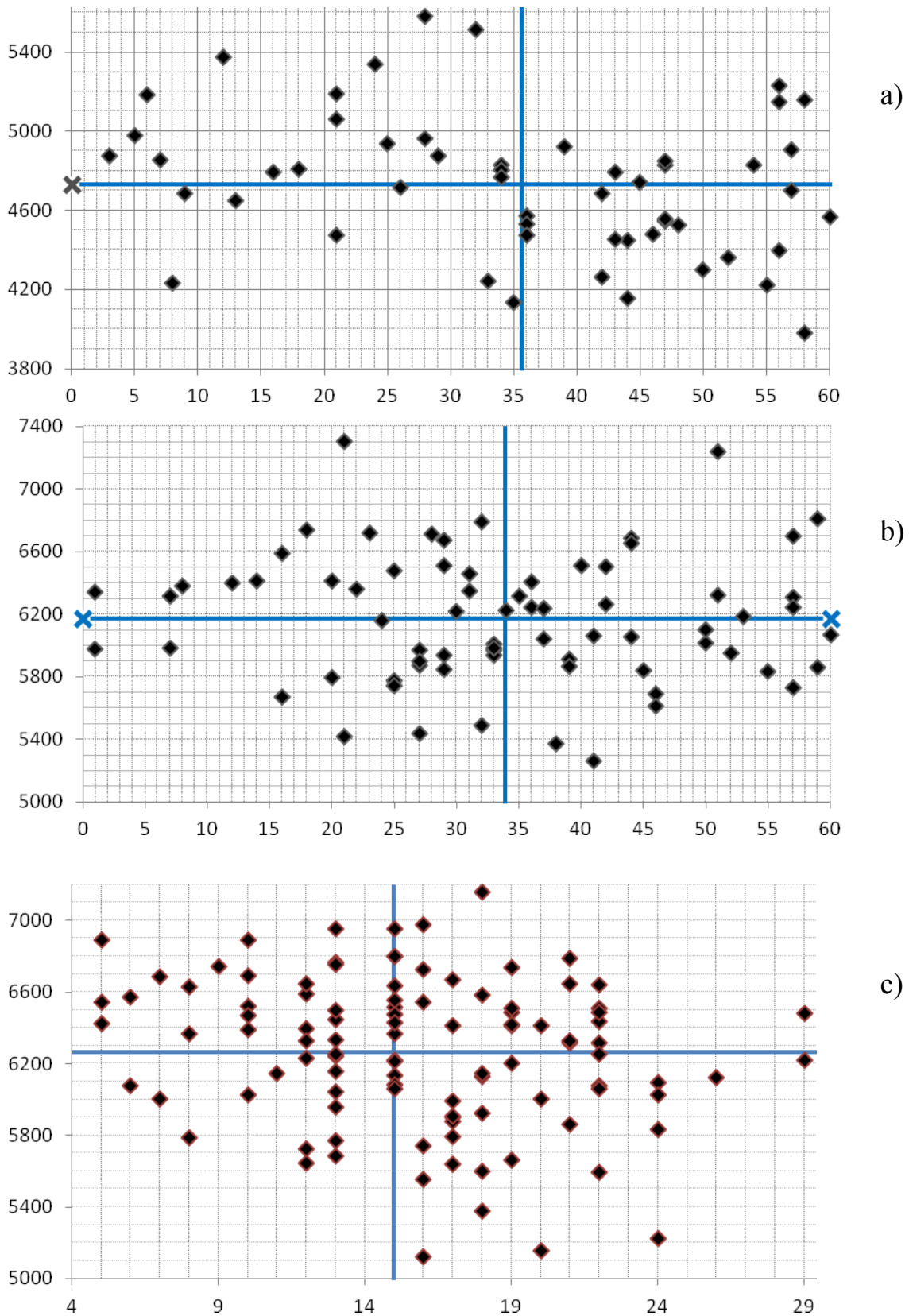


Рис. 2. Распределение отопительных периодов по срокам их начала и интегральной разности температур, а) г. Москва; б) г. Новосибирск; в) г. Иркутск.

На рис. 2 по оси абсцисс обозначена дата начала отопительного периода: до 30 – в днях сентября, после 30 – в днях октября (+30 дней).

Произведем подсчет частот распределения отопительных периодов по квадрантам координатной плоскости по формуле:

$$n_i = \frac{N_i^r}{T^r}, \quad i = \overline{1,4}, \quad (2)$$

где N_i^r – количество отопительных периодов в i -квадранте, T^r – общее количество наблюдений (рассматриваемых отопительных периодов). Результаты вычислений представлены в таблице 2.

Таблица 2

Распределение наблюдений по дате начала отопительного периода и интегральной разности температур (по квадрантам координатной плоскости)

Название города, пункта наблюдения	Начало отопительного периода	
	раннее	позднее
Якутск	0,269	0,261
	0,227	0,244
Анадырь	0,211	0,404
	0,070	0,316
Иркутск	0,260	0,221
	0,212	0,308
Новосибирск	0,260	0,247
	0,233	0,260
Екатеринбург	0,295	0,189
	0,273	0,242
Архангельск	0,298	0,206
	0,206	0,290
Владивосток	0,281	0,219
	0,208	0,292
Москва	0,352	0,185
	0,130	0,333
Калининград	0,227	0,227
	0,212	0,333
Краснодар	0,306	0,139
	0,278	0,278

Из таблицы 2 можно заметить, что наибольшие значения принимают частоты, соответствующие II и IV квадрантам координатной плоскости. А это значит, что большая часть отопительных периодов распределена по этим квадрантам.

Особое внимание следует уделить рассмотрению II и IV квадрантов рис.2., поскольку частоты распределения наблюдений в этих квадрантах характеризу-

ют предполагаемую гипотезой зависимостью между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур.

Для оценки тесноты связи между этими величинами показатель тесноты связи между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур:

$$\hat{k} = \frac{n_2 + n_4}{n_1 + n_3}, \quad (3)$$

где $n_i, i = \overline{1,4}$ — частоты распределения отопительных периодов по квадрантам координатной плоскости (2). Произведенные по формуле (3) расчеты представлены в таблице 3.

Таблица 3

Значения коэффициента тесноты связи \hat{k} между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур

Название города, пункта наблюдения	Коэффициент тесноты связи \hat{k} между рассматриваемыми величинами
Якутск	1,051
Анадырь	1,112
Иркутск	1,312
Новосибирск	1,083
Екатеринбург	1,162
Архангельск	1,427
Владивосток	1,342
Москва	2,175
Калининград	1,276
Краснодар	1,400

Для всех рассматриваемых пунктов коэффициент тесноты связи оказался больше единицы, что подтверждает наше предположение – можно говорить о существовании обратной статистическую зависимость между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур.

Для уточнения зависимости между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур для рассматриваемых районов воспользуемся вторым методом – построение регрессионной зависимости между этими показателями.

Для каждого рассматриваемого зимнего периода τ определяется зависимость вида:

$$B_\tau^r = b^r + a^r l_\tau^r + \varepsilon_\tau^r, \quad \tau = \overline{1, T^r}, \quad (4)$$

где b^r, a^r - искомые коэффициенты, ε_τ^r - остаточный член регрессионной зависимости (показатель погрешности аппроксимации). Для определения коэффициентов b^r, a^r используем критерий минимума суммы квадратов остаточного члена:

$$\sum_{\tau=1}^T (\varepsilon_{\tau}^r)^2 \rightarrow \min \quad (5)$$

Для оценки тесноты связи между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур (рис.3) вычислим парный коэффициент корреляции:

$$\rho_{XY}^r = \frac{\text{cov}_{XY}}{\sigma_X \sigma_Y} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (6)$$

где

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i, \quad \bar{y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_i$$

– выборочные среднее для даты начала отопительного периода и интегральной разности температур.

Вычислим также коэффициент детерминации $K_d(y, x)$:

$$K_d(y, x) = 1 - \frac{D\varepsilon}{Dy}. \quad (7)$$

Таблица 4

Значения парных коэффициентов корреляции и коэффициентов детерминации между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур

Название города, пункта наблюдения	Коэффициент корреляции ρ_{XY}^r	Коэффициент a^r	Коэффициент детерминации $K_d(y, x)$
Якутск	-0,135	-9,118	0,018
Анадырь	-0,379	-12,247	0,143
Иркутск	-0,209	-16,889	0,044
Новосибирск	-0,041	-1,175	0,089
Екатеринбург	-0,250	-8,246	0,063
Архангельск	-0,331	-11,171	0,110
Владивосток	-0,221	-6,160	0,049
Москва	-0,298	-6,509	0,002
Калининград	-0,069	-1,644	0,005
Краснодар	-0,267	-7,881	0,072

По данным таблицы 4 (значения коэффициентов корреляции) наблюдаем отрицательную корреляционную зависимость между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур. Это же показывают и значения коэффициента линейной регрессии по всем пунктам наблюдения, представленные во втором столбце таблицы 5.

Малые значения коэффициента детерминации, также как и относительно небольшие абсолютные значения коэффициента корреляции, говорят о том, что выявленная статистическая зависимость между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур внутри и вне здания за отопительный период не является сильной.

Линейная функция (4) от даты начала отопительного периода объясняет 0,2-14% дисперсии интегральной разности температур.

Значение коэффициента линейной регрессии позволяет количественно выражать связь между датой начала отопительного периода и интегральной разностью температур. Так, например, для г. Иркутск $a^r = -16,889$, т.е. увеличение даты начала отопительного периода на 1 день приводит к уменьшению интегральной разности температур на -16,889 градусо-дней.

2. Зависимость между накопленной и остаточной интегральной разностью температур

Существуют значительные регулярные отклонения от средних значений, что требует содержания значительных резервов мощностей в тепло- и топливообеспечении, страховых запасов топлива. Этим же обусловлена важность прогнозирования предстоящих расходов топлива на отопление даже в процессе прохождения отопительного периода. В данном разделе представлены результаты исследований статистических связей между расходами топлива на отопление (интегральной разностью температур) за прошедшую часть отопительного периода и за оставшуюся часть. Если будет выявлено наличие статистической зависимости между прошедшей и оставшейся частями, то тем самым будет доказана возможность прогнозирования уже по ходу зимы отклонений уровней расхода топлива на отопление в оставшейся части зимы.

Здесь будем рассматривать четыре даты деления отопительного периода – 1 декабря, 1 января, 1 февраля и 1 апреля. Эти даты условные, в реальном процессе прогнозирования могут, конечно, использоваться любые другие даты.

В таблице 5 представлены интегральные объемы топливопотребления по выбранным пунктам наблюдения на определенные даты отопительного периода в долях от среднемноголетнего значения.

Из таблицы 5 видно, что в среднем к моменту наступления «пика» холодов бывает израсходованными около 40 % запасов топлива на отопление.

В представленных здесь исследованиях сопоставляются для каждого отопительного периода и для каждой из указанных четырех дат два показателя: накопленная и остаточная интегральные разности температур за этот отопительный период. Накопленная интегральная разность температур представляет собой сумму посуточных разностей температур с начала отопительного периода до рассматриваемой даты:

$$\bar{B}^r = \sum_{k=1}^{D^r} (\hat{t} - t^{rk}), \quad (8)$$

где D^r – количество фактически прошедших дней отопительного периода от его начала до рассматриваемой даты, r – номер рассматриваемого района или

пункта наблюдения, k – номера дней отопительного периода. L^r – общее количество дней отопительного периода в районе r .

Таблица 5

Интегральные объемы потребностей в топливе на отопление
(в долях от среднегодового значения за отопительный период)

Название города, пункта наблюдения	Интегральные объемы топливопотребления			
	1 декабря	1 января	1 февраля	1 апреля
Якутск	0,254	0,431	0,615	0,889
Анадырь	0,263	0,394	0,528	0,783
Иркутск	0,252	0,421	0,603	0,880
Новосибирск	0,242	0,412	0,596	0,895
Екатеринбург	0,262	0,425	0,600	0,880
Архангельск	0,255	0,402	0,565	0,842
Владивосток	0,193	0,368	0,566	0,858
Москва	0,249	0,410	0,588	0,887
Калининград	0,244	0,395	0,563	0,854
Краснодар	0,208	0,390	0,597	0,928

Остаточная интегральная разность – это разница между интегральной разностью за отопительный период и накопленной к определенной дате интегральной разностью температур:

$$\overline{B}^r = \sum_{k=D^r+1}^{L^r} (\hat{t} - t^{rk}). \quad (9)$$

где L^r – общее количество дней отопительного периода в районе r .

По завершении отопительного года накопленная разность становится равной интегральной разности температур за отопительный период, а остаточная – равной нулю.

Проверяется предположение о том, что если первая половина отопительного года была холодной (теплой), то возрастает вероятность более холодной (теплой) оставшейся части отопительного периода.

Для проверки этой гипотезы воспользуемся методом, использованным нами в первой части данной работы (подсчет и оценка частот распределения наблюдений по квадрантам координатной плоскости).

Множества наблюдений (накопленная и остаточная интегральные разности температур) разбиваются на два подмножества по двум признакам. Далее производится подсчет частот распределения отопительных периодов по квадрантам координатной плоскости.

Распределения отопительных периодов по накопленной и остаточной интегральным разностям температур по г. Москва, г. Новосибирск, г. Иркутск наглядно представлены на рис.4,5,6. По оси абсцисс рассматривается показате-

тель накопленной к данной дате интегральной разности температур. По оси ординат – остаточной интегральной разности температур.

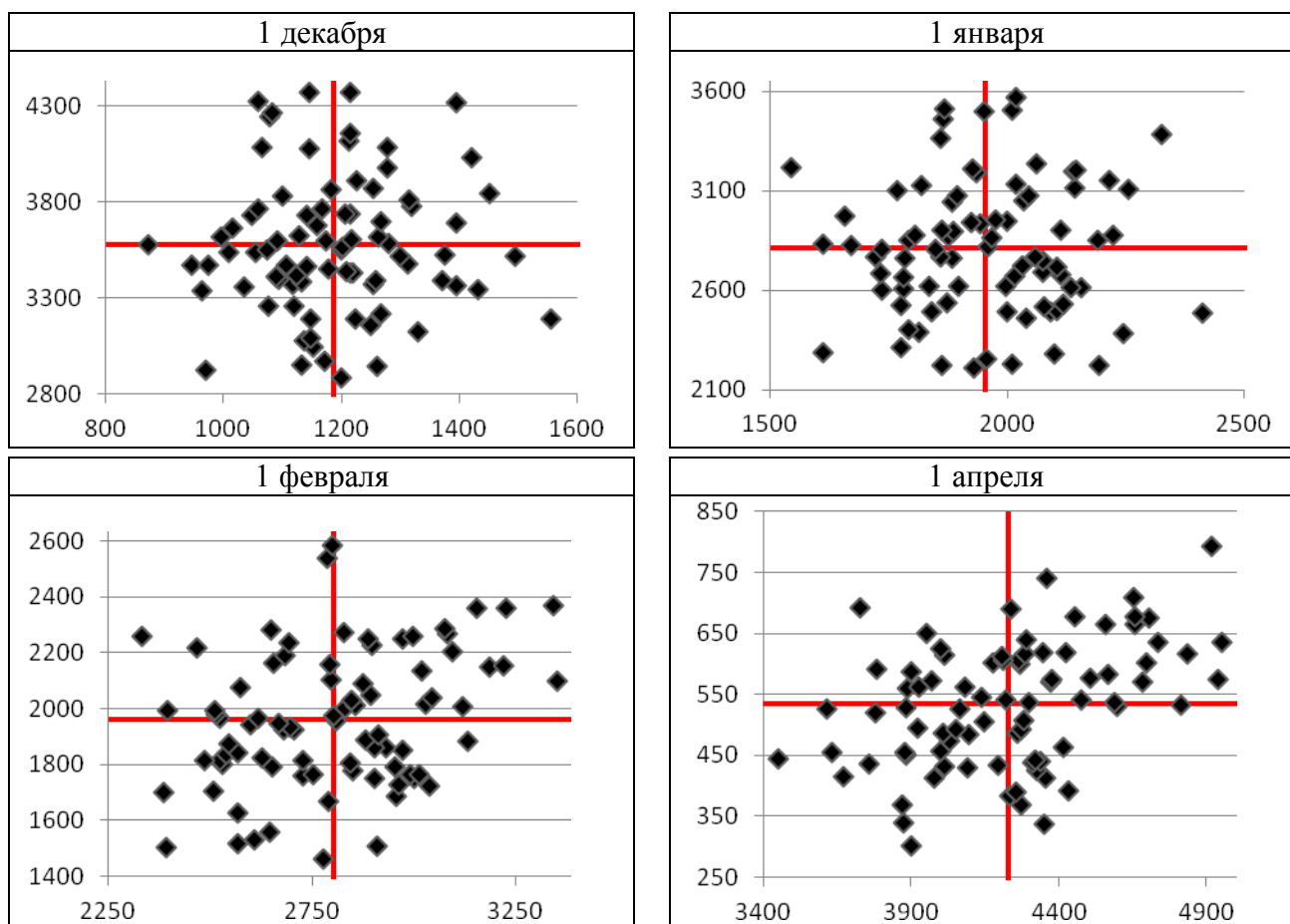


Рис.4. Распределение отопительных периодов по накопленной и остаточной интегральным разностям температур, г. Москва

Полученные квадранты разбиения координатной плоскости можно интерпретировать:

- I квадрант – «холодная зима» (большие величины накопленной и остаточной интегральных разностей температур);
- III квадрант – «теплая зима» (малые величины накопленной и остаточной интегральных разностей);
- II и IV квадранты описывают ситуации «асинхронного топливопотребления», т.е. до определенного момента зима холодная (теплая), далее становится теплой (холодной).

Для оценки тесноты связи между этими величинами введем показатель синхронности отклонений потребности в топливе на отопление за прошедший и предстоящий подпериоды отопительных периодов:

$$\hat{k} = \frac{n_1 + n_3}{n_2 + n_4}, \quad (10)$$

где $n_i, i = \overline{1,4}$ – частота распределения отопительных периодов по квадрантам координатной плоскости.

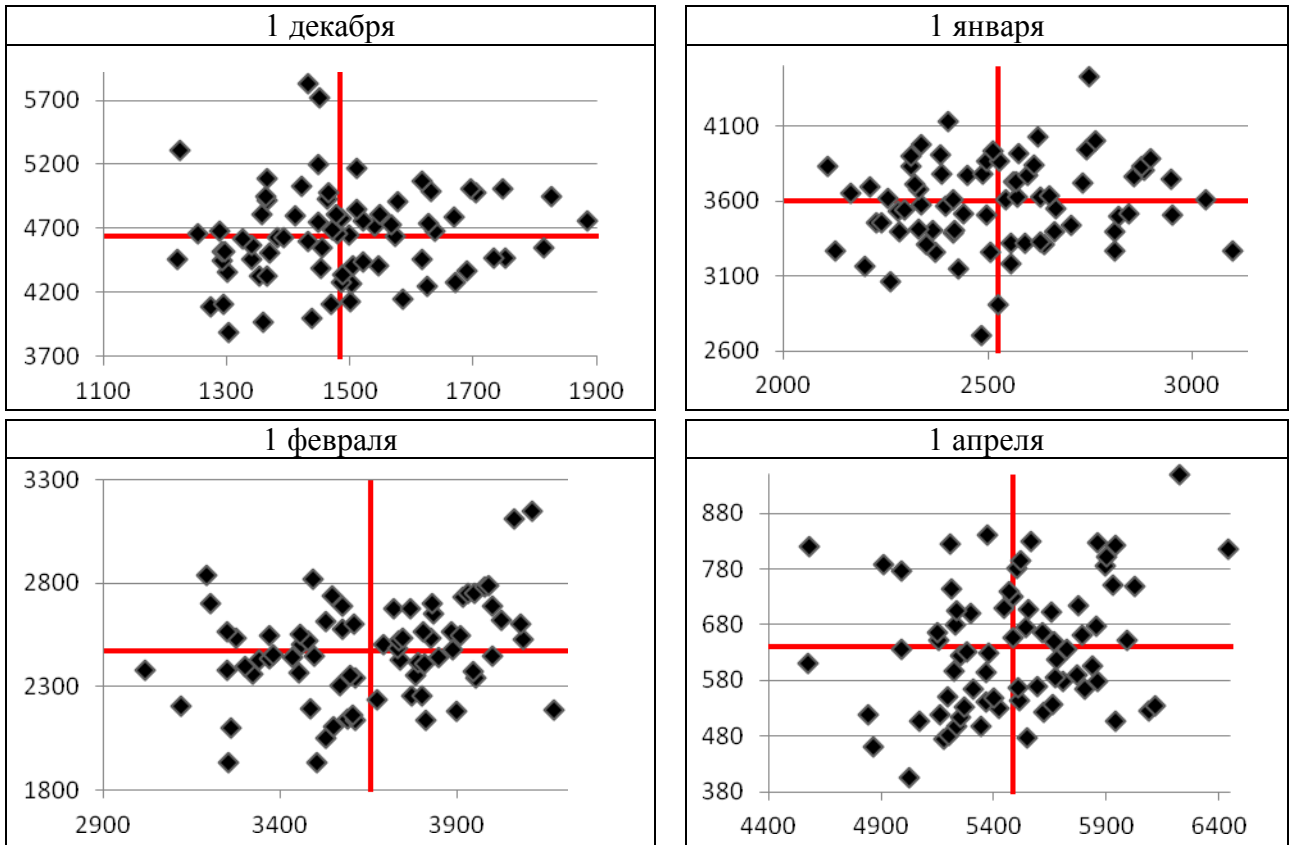


Рис.5. Распределение отопительных периодов, г. Новосибирск

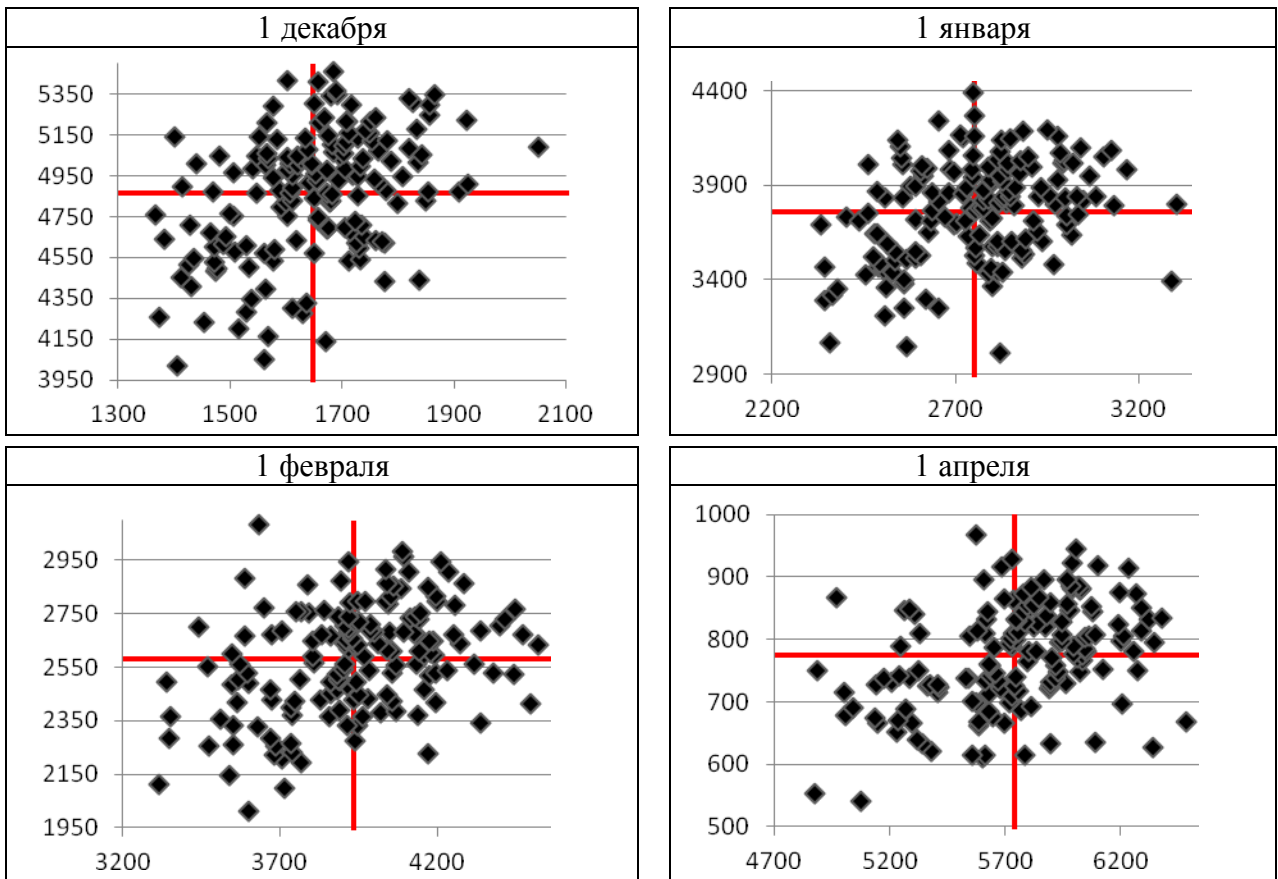


Рис.6. Распределение отопительных периодов по накопленной и остаточной интегральным разностям температур, г. Иркутск

В таблице 6 представлены результаты расчета показателя синхронности (10) для всех рассматриваемых здесь пунктов наблюдений и выделенных пяти дат разделения отопительного периода на два подпериода. Из этих данных видно, что рассматриваемая гипотеза о наличии статистической связи в отклонениях интегральной разности температур прошедшего и предстоящего отопительных подпериодов подтверждается – почти всегда показатель синхронности (10) оказался большим единицы.

Таблица 6

Динамика изменения коэффициента тесноты связи между накопленной и остаточной интегральными разностями температур по мере завершения отопительного периода

Город	1 октября	1 декабря	1 января	1 февраля	1 апреля
Якутск	1,270	1,146	1,568	1,461	1,362
Анадырь	1,157	1,064	1,064	1,112	1,436
Иркутск	1,765	1,584	1,500	1,717	2,300
Новосибирск	1,342	1,273	1,415	1,676	1,418
Екатеринбург	1,688	1,355	1,494	1,488	1,445
Архангельск	1,427	1,260	1,112	1,183	1,786
Владивосток	0,845	1,000	1,342	1,086	1,404
Москва	1,304	1,075	0,931	1,370	1,674
Калининград	1,130	0,833	1,062	1,443	1,445
Краснодар	–	1,212	1,212	1,353	1,806

Для выявления зависимости между накопленной и остаточной интегральными разностями температур воспользуемся вторым методом – построение регрессионной зависимости между рассматриваемыми величинами.

Таблица 7

Значения парных коэффициентов корреляции и коэффициентов детерминации между накопленной и остаточной интегральными разностями температур

Название города, пункта наблюдения		Коэффициент корреляции ρ_{xy}^r	Коэффициент a^r	Коэффициент детерминации $K_d(y, x)$
1	2	3	4	5
Якутск	1 декабря	0,162	0,339	0,026
	1 января	0,268	0,356	0,072
	1 февраля	0,348	0,267	0,121
	1 апреля	0,297	0,088	0,088
Анадырь	1 декабря	0,056	0,106	0,003
	1 января	0,063	0,043	0,004
	1 февраля	0,077	0,047	0,006
	1 апреля	0,084	0,057	0,007

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5
Иркутск	1 декабря	0,348	0,347	0,121
	1 января	0,336	0,452	0,113
	1 февраля	0,374	0,352	0,140
	1 апреля	0,398	0,101	0,159
Новосибирск	1 декабря	0,128	0,310	0,017
	1 января	0,120	0,168	0,014
	1 февраля	0,306	0,268	0,093
	1 апреля	0,243	0,078	0,059
Екатеринбург	1 декабря	0,271	0,538	0,073
	1 января	0,347	0,420	0,121
	1 февраля	0,331	0,251	0,110
	1 апреля	0,171	0,058	0,029
Архангельск	1 декабря	0,126	0,206	0,016
	1 января	0,156	0,214	0,024
	1 февраля	0,162	0,215	0,026
	1 апреля	0,257	0,089	0,066
Владивосток	1 декабря	0,044	0,089	0,002
	1 января	0,330	0,493	0,109
	1 февраля	0,347	0,391	0,120
	1 апреля	0,467	0,103	0,218
Москва	1 декабря	0,035	0,096	0,001
	1 января	0,124	0,149	0,015
	1 февраля	0,311	0,326	0,097
	1 апреля	0,420	0,130	0,176
Калининград	1 декабря	0,036	0,130	0,001
	1 января	0,227	0,497	0,051
	1 февраля	0,433	0,463	0,187
	1 апреля	0,415	0,112	0,173
Краснодар	1 декабря	0,325	0,406	0,106
	1 января	0,349	0,523	0,122
	1 февраля	0,369	0,639	0,136
	1 апреля	0,254	0,536	0,065

Приведенные во втором столбце данные о коэффициенте линейной регрессии свидетельствуют о наличии положительной статистической связи между накопленной и остаточной интегральной разностью температур. Вместе с тем, коэффициент детерминации (последний столбец таблицы 7) показывает, что эту связь нельзя считать сильной.

Заключение

На основе многолетних данных температур в выбранных пунктах России установлено наличие устойчивой по всем рассмотренным пунктам метеонаблюдений обратной корреляционной зависимости между датой начала отопи-

тельного года и интегральной разностью температур за весь отопительный период. Установлено также наличие прямой статистической зависимости между накопленной за начальные месяцы отопительного периода и остаточной интегральными разностями температур. Это позволяет уверенно говорить о возможности использования как расчетной даты текущего отопительного периода, так и хода температур наружного воздуха в прошедшие месяцы отопительного периода для прогнозирования интегральной разности температур за весь отопительный период.

Библиографический список

1. Зоркальцев В.И. Методы прогнозирования и анализа эффективности функционирования системы топливоснабжения. М.: Наука, 1988. – 144 с.
2. Хрилев Л.С. О влиянии климатического фактора на перспективную структуру топливно-энергетического баланса // Теплоэнергетика. - 1966. - № 2. – С.16-26.
3. Мазур Ю.Я. Проблемы маневренности в развитии энергетики. М.: Наука, 1986. – 94 с.
4. Некрасов А.С., Великанов М.А., Горюнов П.В. и др. Надежность топливоснабжения электростанций. Методы и модели исследований. М.: Наука, 1990. –198 с.
5. Великанов М.А., Некрасов А.С., Резниковский А.Ш. Оценка асинхронности многолетних колебаний расходов топлива под воздействием геофизических факторов // Известия АН СССР. Энергетика и транспорт -1988. - №2. – С.181-187.
6. Российский гидрометеорологический портал [Электронный ресурс] URL: <http://meteo.ru/>.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

1. **Абеуханова Еркежан Бахытбековна** – преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
2. **Абрамов Николай Максимович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры антикризисного управления, оценки бизнеса и инноваций, Алтайский государственный университет МИЭМИС, г. Барнаул
3. **Агумбаева Асия Ерликовна** – кандидат экономических наук, и.о. доцента кафедры «Менеджмент и маркетинг» ГУ им. Шакарима города Семей
4. **Алибаева Мейраш Мухамеджановна** – кандидат экономических наук, и.о. доцента кафедры «Экономика и бизнес», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
5. **Ануфриева Ирина Юрьевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, социологии труда и управления персоналом, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», г. Барнаул
6. **Артеменко Татьяна Валериановна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и таможенного дела, ФГБОУ ВПО «Хабаровская государственная академия экономики и права», г. Хабаровск
7. **Асканова Оксана Владимировна** – доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
8. **Балдина Наталья Павловна** – научный сотрудник, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск
9. **Бантикова Мария Сергеевна** – аспирант экономического факультета, Новосибирский государственный университет, г. Новосибирск
10. **Баядилова Бакыт Мелисовна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
11. **Бежовец Андрей Александрович** – кандидат экономических наук, доцент МИЭМИС, Алтайский государственный университет, г. Барнаул
12. **Беляева Евгения Сергеевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
13. **Боровкова Ольга Владимировна** – кандидат философских наук, доцент кафедры «Гуманитарные дисциплины», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
14. **Буфетова Лидия Павловна** – доктор экономических наук, профессор, Новосибирский государственный университет, г. Новосибирск
15. **Важенина Татьяна Юрьевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Региональная экономика, государственное, муниципальное управление», АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (институт)», г. Барнаул

16. **Верховцева О.Н.** – лаборант, Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск

17. **Винникова Александра Борисовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Региональная экономика, государственное, муниципальное управление», АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (институт)», г. Барнаул

18. **Волкова Марина Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

19. **Галынчик Татьяна Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

20. **Гвоздева Елена Александровна** – ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

21. **Герман Ольга Ильинична** – ст. преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», г. Барнаул

22. **Глазкова Татьяна Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, финансы и кредит», ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Барнаул

23. **Горюшкин Антон Андреевич** – мл. научный сотрудник, ФГБУН Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск

24. **Гранецкий Владимир Николаевич** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Инновационный менеджмент», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск, Казахстан

25. **Демченко Юлия Сергеевна** – магистрант направления «Менеджмент», ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Барнаул

26. **Джуманазарова Жанара Сагалладиновна** - ст. преподаватель кафедры «Экономическая теория и рынок», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск, Казахстан

27. **Дирша Елена Викторовна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

28. **Есенбекова Замзагуль Жуматаевна** – старший преподаватель кафедры «Экономика и бизнес», ГУ имени Шакарима города Семей

29. **Жайлаубаева Шынар Далеловна** – кандидат экономических наук, зав. кафедрой «Экономика и бизнес», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

30. **Жайлемысова Камилла Канышевна** – магистрант специальности «маркетинг» Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск, Казахстан
31. **Жакенова Гульжан Ислямовна** – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Экономика предприятия», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан
32. **Жарикова Анастасия Владимировна** – ст. преподаватель кафедры «Экономика и управления», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
33. **Жумашбекова Самал Кабдрахмановна** – преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
34. **Журтыбаева И.С.** – ст. преподаватель, магистр финансов, ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
35. **Закимова Альфия Манарбековна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Инновационный менеджмент», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан
36. **Зейнуллина Айгуль Жумагалиевна** – кандидат экономических наук, зав. кафедрой «Учет и аудит», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
37. **Ибраева А.К.** – ст. преподаватель, магистр финансов, ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
38. **Изряднова Ольга Ивановна** – заведующая лабораторией структурных проблем экономики Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара, г. Москва
39. **Ильиных Юлия Михайловна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, финансы и кредит», ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Барнаул
40. **Кажиева Жания Хайдаровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и бизнес», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
41. **Казанцева Юлия Викторовна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Иностранный язык и филология», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
42. **Кайдашова Лариса Александровна** - заместитель начальника Межрайонной ИФНС России № 12 по Алтайскому краю, г. Рубцовск
43. **Касаткина Елена Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предпринимательства и права, Нижневартровский экономико-правовой институт (филиал) Тюменского государственного университета, г. Нижневартовск
44. **Касаткина Ирина Ивановна** – магистрант НАЧОУ ВПО СГА, Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан
45. **Кербель Ольга Андреевна** – магистр экономики Усть-Каменогорский филиал ЧУ «Информационные технологии», начальник ОРК, Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан

46. **Кожевников Евгений Борисович** – аспирант, директор ООО «ЗЕРНО-СОЮЗ», г. Рубцовск
47. **Козлова Жанна Михайловна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент технологий», ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», Барнаул
48. **Конурбаева Жадыра Тусупкановна** – кандидат экономических наук, зав. кафедрой «Инновационный менеджмент», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан
49. **Корниенко Алина Николаевна** – ст. преподаватель кафедры «Иностранный язык и филология», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
50. **Коробкина Елена Владимировна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
51. **Кривоносова К. С.** – магистрант, НАЧОУ ВПО Современная Гуманитарная Академия, г. Москва
52. **Кузьмина Лариса Викторовна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
53. **Куликова Анастасия Петровна** – магистрант специальности «Маркетинг», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан
54. **Курманбекова Г.А.** – ст. преподаватель, магистр экономики, ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
55. **Кушукوف Гиняят Саниязович** – кандидат экономических наук, и.о. доцента кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
56. **Лабушева Яна Геннадьевна** – кандидат экономических наук, доцент, внутренний аудитор в страховой организации, г. Москва
57. **Лотова Екатерина Вячеславовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Региональная экономика, государственное, муниципальное управление», АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (институт)», г. Барнаул
58. **Лугачева Лариса Ивановна** – кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск
59. **Лукин Лев Николаевич** – кандидат технических наук, доцент кафедры «Экономика и организация производства», ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Барнаул
60. **Ляпкина Наталья Александровна** – кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
61. **Магзумова Айжан** – магистрант специальности «Маркетинг», Во-

Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан

62. **Мальцева Елена Владимировна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

63. **Манаев Владимир Васильевич** – доктор экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

64. **Маратбеккызы А.** – ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

65. **Маслихова Елена Александровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры гуманитарно-экономических дисциплин, филиал ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет», г. Нижневартовск

66. **Мукатева А.А.** – магистрант специальности «Менеджмент», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

67. **Мусатова Мария Михайловна** – кандидат экономических наук, научный сотрудник, ИЭИОПП СО РАН, г. Новосибирск

68. **Налимова Анастасия Ивановна** – помощник арбитражного управляющего, Алтайский государственный университет МИЭМИС, г. Барнаул

69. **Нурмадиева Г.Д.** – преподаватель, магистр экономики, ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

70. **Окасов Дастан Ержанович** – преподаватель кафедры «Экономическая теория и рынок», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан

71. **Омарбаева Саида Токеновна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

72. **Омарова А.К.** – преподаватель, магистр финансов, ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

73. **Орынбекова Гульнар Ахмедовна** – кандидат экономических наук, зав. кафедрой «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

74. **Осадчая Ольга Петровна** – доктор экономических наук, заведующая кафедрой «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

75. **Паримбекова Ляззат Зайтхановна** – кандидат экономических наук, и.о. доцента кафедры «Экономика и бизнес», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

76. **Пермякова Елена Сергеевна** – преподаватель кафедры «Экономика предприятия», Восточно-Казахстанский государственный технический университет им. Д. Серикбаева, г. Усть-Каменогорск, Казахстан

77. **Пестунова Галина Борисовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая теория и рынок», Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева, Казахстан

78. **Попов Владимир Иванович** – кандидат философских наук, доцент

кафедры «Гуманитарные дисциплины», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

79. **Прищенко Елена Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент экономического факультета, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, г. Новосибирск

80. **Прокопьева Татьяна Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

81. **Пурьга Ирина Викторовна** – начальник отдела экономического развития и ценообразования Администрации г. Рубцовска

82. **Ремизов Денис Валерьевич** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и экономика», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

83. **Самиева Гульмира Толеугалиевна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

84. **Сокира Татьяна Сергеевна** – кандидат экономических наук, доцент, Казахский национальный технический университет им. К.И. Сатпаева, г. Алматы, Казахстан

85. **Соколова Ксения Сергеевна** – студентка, Алтайский государственный университет, г. Барнаул

86. **Соломенникова Елена Афанасьевна** – кандидат экономических наук, доцент, Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск

87. **Сорокин Алексей Витальевич** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «финансы и кредит», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

88. **Сорокин Антон Витальевич** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск

89. **Спиридонов Линар Михайлович** – Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск

90. **Строителева Елена Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Региональная экономика, государственное, муниципальное управление», АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (институт)», г. Барнаул

91. **Сычева Ирина Николаевна** – доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики и управления, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» г. Барнаул

92. **Темиргалиева Айгуль Сержановна** – ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан

93. **Толымгожинова Майгуль Камбархановна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг», декан финансово-экономического факультета, ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
94. **Томашевич Иван Иванович** – директор ООО «Алтайтрансмашсервис», председатель общественного Совета по развитию предпринимательства при Администрации г. Рубцовска и Городском Совете депутатов, г. Рубцовск
95. **Турусбекова Асель Жайлаухановна** – магистр 2-го года обучения Казахского гуманитарно-юридического университета
96. **Турусбекова Арайлым Серикболовна** – старший преподаватель кафедры «Экономика и бизнес», ГУ имени Шакарима города Семей
97. **Углинская Виктория Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
98. **Хажеев Иван Ильич** – инженер, Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН, г. Иркутск
99. **Хасенова Клара Ергишпаевна** – кандидат экономических наук, и.о. доцента кафедры «Финансы» ГУ имени Шакарима города Семей, Казахстан
100. **Хорунжин Максим Геннадьевич** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова», г. Рубцовск
101. **Черемисина Татьяна Петровна** – кандидат экономических наук, доцент Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, г. Новосибирск

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Материалы шестой международной научно-практической конференции
18-19 апреля 2014 г.

Публикуется в авторской редакции

Редактор Е.Ф. Изотова

Подготовка оригинала-макета – редакционно-издательский отдел РИИ

Подписан к печати 18.06.14. Формат 84x108/16.
Усл. печ.л. 61,13. Тираж 120 экз. Зак. 141264. Рег. № 64.

Отпечатано в типографии ООО Фирма «Выбор».
658213, Рубцовск, пр. Ленина, 41.