



**ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ИССЛЕДОВАНИЙ**

(Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)

XXXI Международная  
Научно-практическая конференция

**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ  
В XXI ВЕКЕ: ПРИЧИНЫ И РЕШЕНИЯ»**

# СБОРНИК Тезисов

14.03.2015

г. Санкт-Петербург



**ЦЕНТР ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ  
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**XXXI МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ  
УЧЕНЫХ**

**«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ В XXI ВЕКЕ: ПРИЧИНЫ  
И РЕШЕНИЯ»**

**2 Часть  
(14.03.2015г.)**

г. Санкт-Петербург – 2015г.  
© Центр экономических исследований

УДК 330  
ББК У 65  
ISSN: 0869-1325

Сборник публикаций центра экономических исследований: «Актуальные проблемы экономики в XXI веке: причины и решения» 2 часть: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). – С-П. : Центр экономических исследований, 2015. – 80с.  
ISSN: 6827-0151

Тираж - 300 шт.

УДК 330  
ББК У 65  
ISSN: 0869-1325

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

**Контактная информация Организационного комитета конференции:**

**Центр экономических исследований**

*Электронная почта:* [info@cer-spb.ru](mailto:info@cer-spb.ru)

*Официальный сайт:* [www.cer-spb.ru](http://www.cer-spb.ru)

*Адрес для корреспонденции:* 115093, г. Санкт-Петербург, а / я 332

**Содержание**  
**БАНКОВСКОЕ ДЕЛО**

Мартыненко Н.Н., Рашидова А.К., Цурова Ф.М.  
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ С  
ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ..... 9

**МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ. РАЗВИТИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Ожерельева А.А.  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ  
ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) КОНТРОЛЯ В РФ.....13

Покачалова И.А.  
МОДЕЛЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН.....16

**МЕНЕДЖМЕНТ**

Исакиев Д. С.  
РОЛЬ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В  
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ ПРЕДПРИЯТИЙ .....21

Карамутдинова Д.М.,  
АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ РИСКОВ В СИСТЕМЕ  
УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ .....24

Коваленко Н.В., Береговая И.Б.  
МОДЕЛИРОВАНИЕ – КАК ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ  
УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ.....29

Кожаринов А.В., Петровичева Н.М.  
ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ  
ГРАЖДАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАЧЕСТВОМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ  
ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ .....33

Погосян М.О.  
К ВОПРОСУ О ФАКТОРАХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....36

**МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И  
ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ**

Аношкина М.С.  
СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ РАБОТНИКОВ  
ЗАЕМНОГО ТРУДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....39

## **ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Ларина Н.Н. КЛУБНЫЙ БИЗНЕС ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ.....	42
Левовишч Н.В. ВЬЕТНАМ – АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОГО РЫНКА .....	45
Лапицкая Л.В., Луконина С.Д., Лапицкий А.В. БЕНЧМАРКИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА .....	48
Родина Е.А. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ.....	52
<b>ЭКОНОМИКА ТРУДА. УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ</b>	
Коркин Р. И. ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ .....	56
Тоненькова Ю.А., Поникаров В.А. МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ .....	59
Красивская В.Н., Поникаров В.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «МОТОТЕЛЕКОМ ДИСТРИБУЦИЯ».....	62
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ</b>	
Еремян В.С. СОДЕРЖАНИЕ И ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	65
Климкова К.О. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ БЕДНОГО, СРЕДНЕГО И БОГАТОГО КЛАССА НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	68
Шаракина Е.В. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЧЕТВЕРТИЧНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ.....	72
Шкурат М.В. ЗАРОЖДЕНИЕ ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КЛАССИЧЕСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ.....	76

## БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

**Мартыненко Н.Н.,**

*к.э.н., доцент,*

*кафедра Банки и банковский менеджмент,*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,*

*г. Москва, РФ*

**Рашидова А.К.**

*студентка 2го курса*

*Магистратуры по направлению Финансы и кредит,*

*по программе Банковские технологии,*

*Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации,*

*г. Москва, РФ*

### **КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ ЗАЕМЩИКА КАК АБСОЛЮТНАЯ МЕРА ОЦЕНКИ.**

Одной из основных особенностей современной банковской системы является стремительное развитие кредитования. При этом одним из явлений, которое сопровождает происходящие процессы, выступает кредитный рейтинг. Он предстает как мера кредитоспособности частного лица, компании, региона или страны, рассчитываемый на основе прошлой и текущей финансовой истории вышеперечисленных участников рынка, а также на основе оценок размера их собственности и взятых на себя финансовых обязательств. Основное предназначение подобных оценок — дать потенциальным кредиторам/вкладчикам представление о вероятности своевременной выплаты взятых ими финансовых обязательств.

Особое значение в определении кредитного рейтинга приобретает учет рисков, сопровождающих деятельность банка. Общий уровень кредитного риска, который принимает на себя банк, складывается из индивидуальных рисков его клиентов. В банковской практике отсутствует единый подход к оценке кредитоспособности заемщиков, в связи проблема оценки индивидуальных рисков клиента стоит довольно остро. Минимизации кредитного риска на уровне отдельного заемщика отводится ключевая роль, так как именно индивидуальные риски в конечном итоге формируют риск всего портфеля. Таким образом, успешная деятельность коммерческого банка напрямую зависит от тщательного отбора потенциальных заемщиков, а также мониторинга деятельности уже имеющихся. Непрерывный мониторинг кредитного риска позволяют банку вовремя реагировать на изменения рыночной ситуации и применять превентивные меры по устранению возможных убытков.

Очевидно, что причины изменения рейтинга могут быть разными – от глобальных изменений в экономике до конкретных случаев, затрагивающих конкретную отрасль или организацию. Актуальным вопросом на сегодняшний день остается задача внедрения оценки кредитного риска, основанной на применении внутренних рейтингов, когда наряду с общеизвестными методами

оценки по данным отчетности банкам надо использовать нестандартные подходы к оценке кредитного рейтинга компаний и различные качественные факторы, связанные с деятельностью клиента, в целях достижения максимально адекватной оценки.<sup>[2]</sup>

Все банковские структуры, включая регулятор, увлечены внедрением системы оценки кредитного рейтинга, но не задумываются о том, почему сделана такая большая ставка на кредитный рейтинг и его повсеместное использование в управлении рисками. Ведь даже самая лучшая рейтинговая модель не дает абсолютной гарантии кредитного качества, так как на нее влияет масса непредсказуемых внешних факторов, в том числе достоверность и качество используемых в модели данных. В качестве примера можно привести данные бухгалтерской отчетности клиентов и различных оценок аудиторских, международных рейтинговых и других специализированных компаний.

Имеется масса примеров из практики, когда клиент банка, имевший при оценке хороший внутренний, а может, и хороший внешний рейтинг, через некоторое время не смог исполнять своевременно свои обязательства перед кредиторами или приобретает признаки потенциально проблемного актива из-за возникновения иных скрытых или новых данных. Но самое главное, неадекватная оценка кредитного риска приводит не только к неожиданному техническому или полному дефолту клиента, но и к нарастанию числа ошибок и проблем во всей системе управления рисками. Таким образом, можно констатировать, что большинство рейтингов отражают только относительную оценку кредитного качества и не могут точно определять вероятность наступления дефолта по обязательствам.

Истоки таких результатов кроются в истории возникновения рейтингов, их истинном предназначении и отношении к ним различных групп пользователей.

В середине XIX в. в США бурными темпами развивался рынок железнодорожных перевозок. Поскольку занятие данным бизнесом требует немалых затрат, компании занимали деньги не только в банках, но привлекали инвестиции. Таким образом, у инвесторов и банковских управляющих возникла проблема в определении уровня добросовестности компаний.

В такой обстановке издателю отраслевого журнала *American Railroad Journal* Генри Пуру пришла в голову идея проанализировать состояние железнодорожных компаний страны. Разработав подробный опросник и разослав его компаниям, Г. Пур впоследствии опубликовал полученные результаты со своими комментариями. Так как, будучи юристом и финансистом, Г. Пур хорошо знал отрасль, успех затеи превзошел все ожидания. Главными читателями и поклонниками Г. Пура оказались европейские банки, поскольку в XIX в., именно у них был сосредоточен основной капитал. Получив в руки такой инструмент, как список Г. Пура, европейские банкиры начали инвестировать в американские железные дороги. Именно это повлияло на жизнеспособность идеи Г. Пура. Вместе с сыном Г.

---

<sup>[2]</sup> Янова Я.Ю. Риск-менеджмент в системе управления банком // Управление в кредитной организации. 2014. № 1. [5, с. 37]



Пур организовал первое рейтинговое агентство (известное как Standard & Poor's). В 1900 г. по его стопам пошел Джон Мууди (Moody's), а в 1913 г. - Джон Фитч (Fitch Ratings).<sup>[1]</sup>

Несмотря на столь долгую историю существования, рейтинговые агентства лишь к концу XX в. параллельно с развитием глобализации, формированием единого валютно-финансового рынка и развитием информационно-коммуникационных технологий приобрели иной статус, и их технологии рейтингования оказались востребованы в мировом масштабе. Но, к сожалению, изначально гуманная идея о независимой оценке превратилась в руках заинтересованных лиц в средство манипулирования. Казалось бы, репутация рейтинговых агентств как достоверных оценщиков - это самое главное, но если заказчик готов предложить серьезную сумму, репутация отходит на второй план. Эксперты и политологи все чаще обвиняют крупнейшие рейтинговые агентства Moody's, Fitch Ratings и Standard & Poor's в том, что их рейтинги и прогнозы на удивление совпадают с текущим политическим курсом США и прямо влияют на усиление мирового финансового кризиса. Они считают, что существующие принципы и методы рейтингования имеют такие изъяны, последствия которых ощутимы все больше, в связи с чем необходимо серьезно реформировать сложившуюся систему.

До тех пор пока необходимых в данной области глобальных изменений, в том числе для создания банками собственных альтернативных механизмов оценки кредитного риска, не произошло, им приходится, последовательно придерживаясь Базельских правил, изобретать индивидуальный подход. Это трудоемкий процесс, и неизвестно, устроит ли он в итоге регулятора и прочих заинтересованных в глобализации лиц. В этом смысле наилучшим способом решения поставленных перед банками задач была бы инициатива об учреждении глобальной рейтинговой платформы, которая бы аккумулировала всю информацию и позволяла получить доступ, ко всем опубликованным рейтингам основных международных и локальных рейтинговых агентств, а также ко всей информации, которую эмитенты представили рейтинговому агентству. При этом глобальная рейтинговая платформа дала бы еще больший эффект, если бы все перешли к единой рейтинговой шкале. Такое объединение позволило бы сделать оценки различных агентств легко сопоставимыми и, следовательно, повысило бы их прозрачность.

На законодательном уровне определение кредитоспособности заемщика регулируется Положением Центрального Банка РФ «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности» N 254-П 26 марта 2004 г. (с изм., внесенными Указанием Банка России от 03.06.2010 N 2459-У). Данное Положение предписывает банкам определять степень кредитного риска, присущего конкретному заемщику, на постоянной основе и по каждой ссуде формировать резерв на возможные потери.

Представляется, что при построении модели внутреннего рейтинга в целях

---

<sup>[1]</sup> <http://www.raexpert.ru/ratings/history> [6]

достижения максимально адекватной оценки, наряду с общепринятыми методами оценки по данным финансовой отчетности, банкам надо использовать нестандартные подходы и различные качественные факторы, например:

1) оценка конкурентного положения компании в отрасли, а именно определение доли компании в отрасли (на национальном или на мировом рынке), способность оказать влияние на рыночную конъюнктуру, устойчивость позиции компании на рынке, оценка возможности роста конкуренции;

2) оценка конъюнктуры рынка сбыта, а именно оценка диверсификации сбытовой сети, наличия потенциала для роста объемов производства, зависимости от импорта;

3) оценка репутации бенефициаров бизнеса, а именно оценка их структуры, размера активов и возможности оказать существенную финансовую поддержку и др.

Таким образом, нестандартный подход позволяет быстрее и точнее реагировать на изменяющиеся условия экономической среды и вовремя пересмотреть рейтинг, не допустив проблем в будущем. Причины изменения рейтинга различные - от общих перемен в экономике и деловой среде до частных обстоятельств, затрагивающих конкретную отрасль или организацию. Примерами перемены в деловой среде могут служить появление новой технологии или выход на рынок новых конкурентов, значительные потребности в капиталовложениях, изменения в нормативно-правовой базе, не предусматривавшийся при присвоении рейтинга. Все это негативно сказывается на ожидаемой доходности клиента, что может стать причиной снижения рейтинга. Стандартный же подход, основанный на оценке только финансовой отчетности и типичных качественных факторов, констатирует уже случившийся отсроченный факт и уже имеющиеся проблемы. Упущенное время зачастую делает путь разрешения этих проблем сложным и долгим.

#### **Список использованной литературы**

1. Письмо Банка России от 29.12.2012 N 192-Т "О методических рекомендациях к расчету кредитного риска по реализации подхода на основе внутренних рейтингов банков"

2. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)"

3. Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И "Об обязательных нормативах банков"

4. Положение Банка России от 26 марта 2004 г. N 254-П "О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности"

5. Янова Я.Ю. Риск-менеджмент в системе управления банком // Управление в кредитной организации. 2014.

6. <http://www.raexpert.ru/ratings/history>

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ УЧАСТИЕМ**

Понятие «эффективность деятельности банка с государственным участием» подразумевает отношение результата деятельности (эффекта) к использованным ради достижения эффекта ресурсам, то есть – это относительный показатель, характеризующий, насколько результаты деятельности, направленной на удовлетворение интересов основных групп заинтересованных сторон, а также на повышение производительности бизнес-процессов и доходности операций банка, были достигнуты экономно.

Существуют следующие компоненты комплексной эффективности:

- коммерческая (экономическая) эффективность деятельности» банка с государственным участием (отражает изменение экономического положения самого банка и характеризует стоимость достигнутых результатов, рациональность использования финансовых ресурсов). Данный показатель является финансовым и «внутренним» по отношению к основным видам деятельности банка;

- операционная (технологическая) эффективность (характеризует состояние внутренней среды, бизнес-процессов, системы управления, достаточность объёма услуг, которые оказываются на каждый привлечённый рубль ресурсов).

- социальная эффективность деятельности (отражает изменение социально-экономического положения всех групп заинтересованных сторон; долю социальных инвестиций в общей деятельности банка).

В настоящее время российская банковская система имеет асимметричную структуру с акцентами, смещёнными в сторону банков с государственным участием в капитале. Банки с госучастием занимают доминирующие позиции, являясь системообразующей основой национальной банковской системы.

Деятельность банка с государственным участием направлена на удовлетворение интересов различных групп участников экономических отношений, которые объединяются вокруг банка для достижения своих целей: акционеров, клиентов, сотрудников, кредиторов, поставщиков, деловых партнёров банка. [1]

Создавая обширную сеть обособленных подразделений по всей территории страны, они образуют своеобразную «кровеносную систему» для перераспределения финансовых ресурсов из области их высокой концентрации – столичного региона во все города (субъекты федерации) страны.

Правительством РФ принята программа приватизации крупнейших предприятий страны, которая предусматривает частичную приватизации банков: ВТБ, Сбербанка, Россельхозбанка, однако даже в перспективе не ставится задача уменьшения доли государства ниже блокирующего пакета акций.

Специфические функции и задачи банков с госучастием заключаются в том, что банки с государственным участием являются проводниками экономической и финансовой политики государства.

Через эту группу банков государственная власть оказывает влияние на структурные, социально-экономические процессы, поддерживает различные отрасли экономики. Показательным является Россельхозбанк, который специализируется на кредитовании сельхозпроизводителей, что в настоящее время не вызывает большого интереса у частных банков.

В банках с государственным участием (в первую очередь - Сбербанк и ВТБ-24) сосредоточено более 50% вкладов населения страны и около 50% объемов розничного кредитования. Госбанки являются лидерами ипотечного кредитования населения и одновременно кредитования сферы жилищного строительства. [3]

Госбанки являются также участниками многих социальных программ и проектов в столичном и других регионах страны, в отдельных отраслях экономики.

Первоочередные задачи, решаемые в настоящее время российскими коммерческими банками – повышение капитализации, качества менеджмента – являются остро актуальными и для банков с госучастием.

Первая из проблем находится под постоянным контролем Центрального Банка РФ, неуклонно повышающего нормативные требования к минимальному капиталу всех коммерческих банков, и решается банками различными путями:

- 1) эволюционным – путем органического роста;
- 2) революционным – путем дополнительной эмиссии акций (в том числе проведения IPO) или осуществлением слияний и поглощений.

Увеличение размеров банков на основе слияний и присоединений, а также их кооперации с другими финансовыми институтами преследует цель укрепления конкурентных позиций на национальном уровне и завоевания новых сфер влияния на международном.

Рост рыночной стоимости банков и рост капитализации банковской отрасли в целом гарантирует выполнение банками их общественных функций и обеспечивает сохранение привлекательных рабочих мест, что отвечает потребностям общественного прогресса и задачам экономического роста.

Что касается проблемы повышения качества управления коммерческими банками, то она далека от разрешения.

До сих пор управление российскими банками характеризуется:

- отсутствием качественно проработанных стратегий у большинства банков, планов повышения конкурентоспособности, общефирменных целей;
- слабой информированностью сотрудников о стратегических планах развития банка;
- нечетким распределением служебных функций и делегирования ответственности;
- слабой координацией между подразделениями, препятствующей реализации внутрибанковских проектов или снижающей их эффективность;

- недостаточной ориентацией на потребности и цели клиентов, их стратегию развития;

- использованием премирования как основного и единственного рычага мотивации персонала. [2]

В настоящее время вопрос качественного развития является особенно острым для банков с госучастием в капитале, так как, несмотря на определенную специфику, они являются коммерческими структурами, призванными эффективно функционировать в интересах в первую очередь акционеров банка.

В этом заключается специфическая проблема менеджмента в банках с госучастием в капитале: с одной стороны – выполнять особую роль в реализации экономической политики государства, хотя не всегда участие в данных программах, проектах и сделках приносит банку адекватный коммерческий результат, с другой – будучи коммерческой структурой и игроком как на национальном, так и на глобальном финансовом рынке, банк должен обеспечивать конкурентоспособный уровень работы по финансовым результатам, показателям бизнеса, качеству обслуживания клиентов, уровню технологий. Все это должно найти отражение как при разработке стратегии банка, так и в процессе ее реализации, что значительно усложняет задачи, стоящие перед руководством банков с государственным участием в капитале.

Анализ особенностей деятельности банков с государственным участием позволяет акцентировать внимание на заинтересованной группе, имеющей дополнительные интересы в качестве акционера в банке с государственным участием по сравнению с коммерческим банком. (табл. 1)

Деятельность банков со значительным государственным участием связана с выполнением существенной социальной роли. Таким образом, можно сделать вывод, что банк с государственным участием – это коммерческий банк, основной целью которого является извлечение прибыли, акционером (участником) которого является государство (в лице Федерального агентства по управлению государственным имуществом, исполнительного органа субъекта Российской Федерации; Банка России, государственной корпорации, государственного унитарного предприятия); с повышенной корпоративной социальной ответственностью пропорциональной доле участия государства в капитале банка.

**Таблица 1 Заинтересованные группы в деятельности банка с государственным участием**

Заинтересованная группа	Ожидания, интересы заинтересованной группы	Интересы участников отношений	
Акционеры-миноритарии и институциональные инвесторы	Дивиденды, рост курсовой стоимости акции, надежность инвестиций, рост бизнеса	В коммерческом банке	В банке с государственным участием
Менеджмент	Денежное вознаграждение, престиж, власть, рост бизнеса, репутация		
Сотрудники	Гарантия занятости, денежное вознаграждение, удовлетворение в работе		
Клиенты	Качество услуг и обслуживания, ценность, стоимость услуг		
Кредиторы, поставщики, деловые партнеры	Стоимость, гарантии выплат, суммы договоров		
Общество	Качество и уровень жизни, устойчивое развитие		
Государство	Государство- регулятор: соблюдение законодательства и нормативов деятельности		
Государство	Государство- акционер: эффективное выполнение приоритетных задач, стоящих перед государством		

**Список использованной литературы**

1. Заявление Правительства РФ № 1472п-П13, Банка России № 01-001/1280 от 05.04.2011 «О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года»
2. Балабанов И.Т. Банки и банковское дело. – СПб: Питер, 2012. –304 с.
3. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) – официальный сайт Центрального банка Российской Федерации.

# МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ. РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

**Ожерельева А.А.**

*магистрант кафедры финансов и менеджмента  
Тульского государственного университета  
г. Тула, РФ*

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) КОНТРОЛЯ В РФ

Согласно поправкам, внесенным в Бюджетный кодекс Российской Федерации 23 июля 2013 года, «государственный (муниципальный) финансовый контроль подразделяется на внешний и внутренний».

Внешний государственный (муниципальный) финансовый контроль осуществляется Счетной палатой РФ, являющейся единственным прописанным в Конституции органом независимого внешнего государственного финансового контроля, и контрольно-счетными органами субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Счетная палата РФ подотчетна только Федеральному Собранию РФ, контрольно-счетные органы субъектов и муниципальных образований - законодательному (представительному) органу государственной власти субъекта Российской Федерации и представительному органу муниципального образования соответственно.

Внутренний государственный (муниципальный) финансовый контроль осуществляется:

- Федеральной службой финансово-бюджетного надзора, находящейся в ведении Министерства финансов;
- Федеральным казначейством;
- главными распорядителями бюджетных средств.

Данные изменения позволили законодательно разграничить полномочия по финансовому контролю между Счетной палатой РФ и Росфиннадзором, которые до этого зачастую дублировали функции друг друга.

К внутреннему государственному финансовому контролю можно отнести финансовый контроль, осуществляемый исполнительной ветвью власти, к внешнему – финансовый контроль, осуществляемый по отношению к исполнительной власти независимым органом, формируемым представительной (законодательной) ветвью власти.

Для эффективного функционирования Счетной палаты необходимо создание современной надежной системы внутреннего финансового контроля. Это обусловлено тем, что органы внешнего государственного финансового контроля не должны производить проверки «с нуля». Они, прежде всего, должны оценивать результаты внутреннего финансового контроля, контрольно-ревизионную деятельность министерств и ведомств, и, в зависимости от её

качества, принимать решение, проводить ли финансовый контроль или согласится с результатами внутренней финансовой политики [3, с. 45].

Счетная палата готовит заключение на годовой отчет об исполнении бюджета на основании данных внешней проверки годовой бюджетной отчетности главных администраторов средств бюджета.

В свою очередь в главных администратарах средств бюджета внутренний контроль может осуществляться следующим образом:

- могут быть созданы самостоятельные подразделения внутреннего контроля;

- службы внутреннего контроля могут находиться в составе других подразделений центрального аппарата;

- внутренний контроль может осуществляться другими структурными подразделениями и отдельными должностными лицами.

Так, например, с января 2006 года в структуре аппарата Управления Федеральным казначейством по Тульской области организован и осуществлял свою деятельность отдел внутреннего контроля, переименованный в 2011 году в отдел внутреннего контроля и аудита. Система внутреннего контроля и аудита направлена на своевременное выявление, устранение ошибок и предотвращение их появления в дальнейшем.

Необходимо стремиться к тому, чтобы в каждом проверяемом объекте были собственные службы внутреннего контроля, что является очень важным и способствующим формированию в РФ современной надежной системы внутреннего финансового контроля, которая должна обеспечиваться соответствующей нормативно-правовой, методологической, технологической, технической, организационной и кадровой базой. Данные цели являются особенно важными в условиях требований Правительства и Минфина к постоянному укреплению финансовой дисциплины, достижению полной открытости и прозрачности деятельности государственных учреждений перед органами контроля [1, с. 120].

Итак, в Российской Федерации согласно Бюджетному кодексу государственный финансовый контроль подразделяется на внешний и внутренний. Соответственно, можно выделить два основных направления дальнейшего развития системы государственного (муниципального) финансового контроля в РФ – развитие внешнего и внутреннего финансового контроля соответственно.

Проанализировав состояние внешнего государственного контроля, можно прийти к выводу, что наиболее перспективным направлением его развития является расширение и совершенствование применения аудита эффективности, который используется для определения эффективности использования федеральных и иных ресурсов, полученных объектами аудита (контроля) для достижения запланированных целей. Важность этого вида контроля обусловлена развитием в нашей стране программно-целевого бюджетирования, ориентированного на конечный социально-значимый результат. При планировании расходов основное внимание уделяется обоснованию конечных



результатов в рамках бюджетных программ с точки зрения экономической эффективности их достижения [2, с. 93].

В нашей стране пока не сложился четкий механизм проведения «аудита эффективности». Для его формирования необходимо:

- формировать независимые аудиторские группы, в состав которых входят профессионалы разного профиля, привлекаемые на конкурсной основе;
- установить для каждой проверки соответствующие критерии, позволяющие оценить эффективность формирования и расходования бюджетных средств, в зависимости от цели, постановки задачи и т.д.;
- фиксировать результаты аудита эффективности в течении трех, пяти и более лет, для выявления более реальной картины использования государственных средств и государственной собственности.

Но «аудит эффективности» не возможен без наличия четкой системы внутреннего финансового контроля. Для этого крайне важным является формирование единой методологии проведения контрольной деятельности всеми органами внутреннего государственного финансового контроля. Вопрос стоит о подготовке современных рекомендаций по планированию контрольных мероприятий на предприятиях, проведению проверок, ревизий, обследований, квалификации нарушений, составлению понятной формализованной отчетности по результатам контроля.

Также одной из проблем, связанной с осуществлением государственного (муниципального) финансового контроля, является понимание сущности нецелевого расходования бюджетных средств. Руководители контрольно-счетных органов субъектов Федерации признаются, что правоохранители неохотно берутся за расследование фактов нецелевого расходования: при существующих нормах и определениях состав преступления трудно доказать. Чтобы устранить сложившееся положение, Л.Н. Овсянников, например, предлагает дополнить в Бюджетном кодексе РФ и связанных с ним актах определение целевого и, соответственно, нецелевого использования бюджетных средств экономической составляющей; Счетной палате РФ совместно с Росфиннадзором, другими заинтересованными ведомствами разработать единый классификатор финансовых нарушений для использования в контрольной работе; решить вопрос о введении единой для всех контрольных органов, включая уровень субъектов РФ и муниципалитетов, отчетности о характере и размере выявляемых ими финансовых нарушений и причиняемом ими ущербом со сводом в масштабе всей страны [4, с. 54].

#### **Список использованной литературы**

1. Федорова Е.А. Формирование системы мониторинга эффективности социально-экономического развития муниципальных образований/ Е.А. Федорова, Р.Ю. Болдырева, Н.Ю. Сорокина. - Тула: ООО «Дизайн-01», 2010.- 150 с.

2. Федорова Е.А. Эффективность муниципального управления: методический подход к оценке и мониторингу/ Е.А. Федорова, Т.А. Федорова, Болдырева Р.Ю. - Тула: ООО «Риони», 2010.- 174 с.

3. Воронин Ю.М. О государственном (муниципальном) финансовом контроле// Финансы. - 2014. - №6. – С.40-46.

4. Овсянников Л.Н. Нецелевое использование бюджетных средств: экономика, право, контроль// Финансы. – 2014. - №5. – С.50-54.

**Покачалова И.А.**

*аспирант кафедры Экономики и менеджмента Уфимский государственный университет экономики и сервиса г. Уфа, РФ*

## **МОДЕЛЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН**

Развитие и результативность какой-либо сферы национальной экономики прямо зависит от качества сформированной институциональной инфраструктуры, ее адекватности современному уровню развития социально-экономических и производственных отношений в обществе.

Как показывает практика, условия неопределенности и неустойчивости баланса социальных сил предопределили недостаточную эффективность норм и хозяйственной деятельности для функции экономических субъектов.

Экономический рост регионов, устойчивость к внешнему и внутреннему воздействию, поддержание условий стабильного экономического развития, эффективное внедрение в глобальную экономику, приводит к наличию надежных экономических основ: динамично развивающегося реального сектора, рационального управления инвестиционными процессами, эффективной экономической политики, значительного финансового сектора. Для экономического роста региона необходимы новые подходы и механизмы, которые с одной стороны сделали бы экономику более устойчивой, даже при негативном воздействии глобальных процессов, а с другой – уменьшили бы риски.

На рисунке 1 отражена модель институциональной инфраструктуры предпринимательства на примере республики Башкортостан [3].

Красный, синий и зеленый цвет отражают текущее состояние конкретного элемента социально-экономической системы, а также упорядочены причинно следственные связи слабых элементов.

А также выделено пять блоков взаимодействия модели, которые находятся в развивающейся и слабой стадии развития.

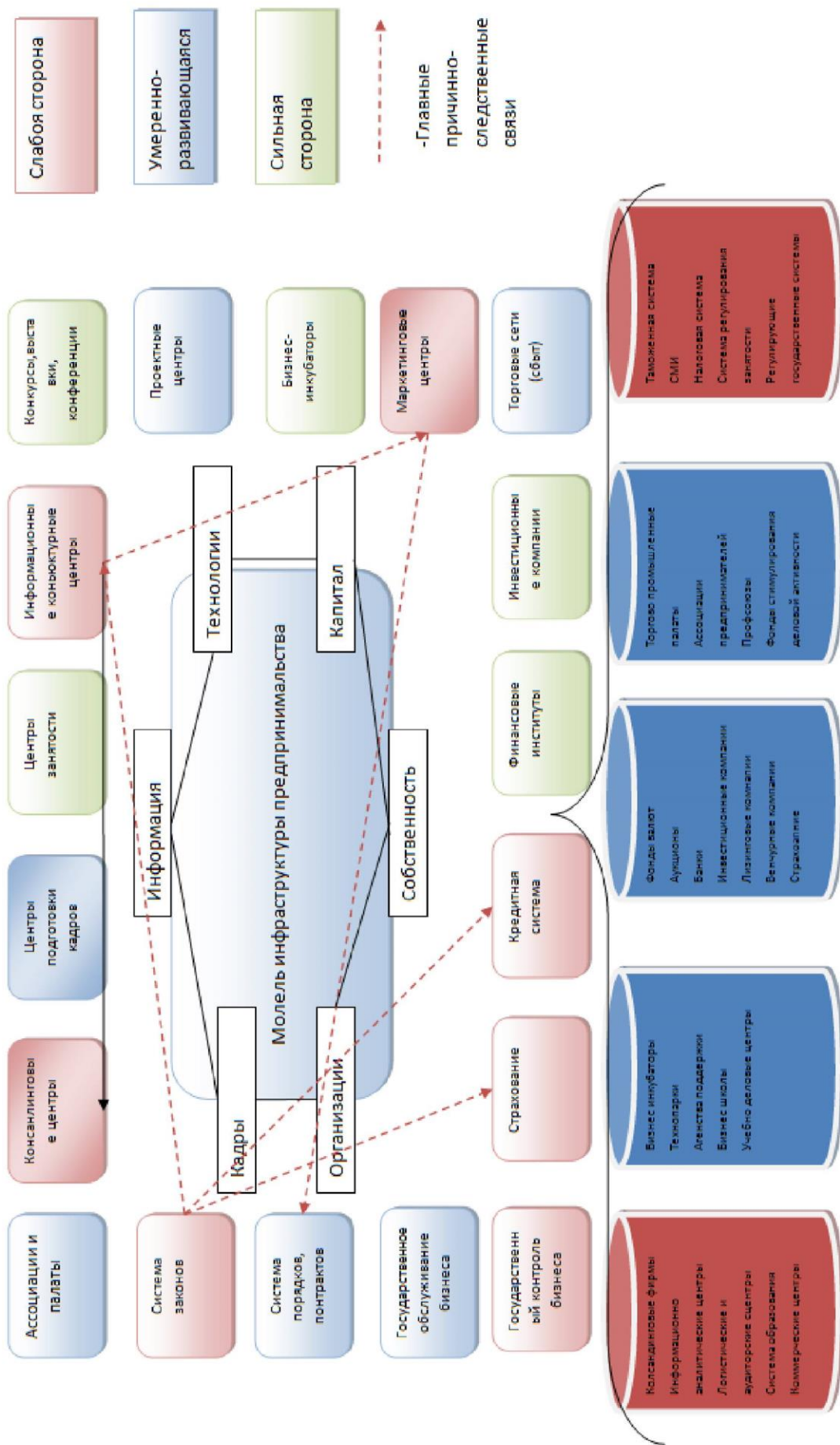


Рисунок 1 – Модель институциональной инфраструктуры предпринимательства в РБ

На основе рисунка 1 отражающего действующую модель институциональной инфраструктуры предпринимательства Республика Башкортостан построим SWOT –анализ (таблица 1) [ 2, с. 89].

Таблица 1

**SWOT –анализ институциональной инфраструктуры предпринимательства РБ**

Показатели	<p><b>Возможности:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Имеется возможность увеличения профицита бюджета</li> <li>2. Наличие гарантированных объемов со стороны потребителей и предпринимателей</li> <li>3. Имеются потенциальные инвесторы-заказчики.</li> <li>4. Снижение издержек за счет высокой производительности региона, повышение качества самой системы, ее интергации и удовлетворению глобальным потребностям</li> </ol>	<p><b>Угрозы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Развитие и опережение роста других регионов страны</li> <li>2. Появление новых нерешенных политико-экономических задач</li> <li>3. Увеличение цен и не стабильность экономики России</li> <li>4. Бюджетный дефицит</li> </ol>
<p><b>Сильные стороны:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Финансовые институты;</li> <li>2. Инвестиционные компании;</li> <li>3. Центры занятости;</li> <li>4. Бизнес-инкубаторы;</li> <li>5. Конкурсы, конференции, выставка.</li> </ol>	<p>Картина ускоренного роста</p> <p>Увеличение роста ВВП России и РБ за счет индивидуального подхода к региону и построения индивидуальной модели институциональной инфраструктуры предпринимательства.</p>	<p>Картина медленного роста</p> <p>Увеличение мобильности региона в кризисное и предкризисное время за счет высокого уровня знаний, что в конечном счете не допустит дефицита бюджета РБ</p>
<p><b>Слабые стороны:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система законов;</li> <li>2. Колсандинговые центры;</li> <li>3. Информационные конъюктурные центры</li> <li>4. Маркетинговые</li> </ol>	<p>Депрессивная картина</p> <p>С целью наработки опыта работы институциональной инфраструктуры может развивать новые направления развития, решенные благодаря работе государства со слабыми сторонами среды.</p>	<p>Картина поддержания региона</p> <p>Регион вынужден просить деньги у федеральных структур для поддержания своего существования.</p> <p>Потери научно-технологических</p>

центры 5. Страхование 6. Кредитная система 7. Государственн ый контроль бизнеса 8. Система законов		возможностей, распад базы потенциальных инвесторов.
---	--	---

Из приведенного выше исследования, следует сделать вывод, что модель институциональной инфраструктуры предпринимательства находится на стадии своего становления. Именно сейчас необходимы серьезные преобразования, следует создать «стержень» структуре, что бы получить к этапу зрелости, как можно большую результативность, добиться оптимизации.



Рисунок 2 – Социально-экономический цикл развития институциональной инфраструктуры

Подобная условная схема эволюции организации нивелирует понимание того, что институциональная инфраструктура, как и организация возникает и функционирует в пространстве - в некой информационной, энергетической и материальной сферах.

Республика Башкортостан в настоящее время находится на переходном этапе, заканчивая этап - создания, и начинает уровень – роста.

Слабым звеном институциональной инфраструктуры республики Башкортостан и Российской Федерации в целом является последний компонент – осуществление информационно-консультативной поддержки и обеспечение информационного обслуживания предпринимательства.

А также основными факторами, которые мешают развитию предпринимательства в республике Башкортостан, являются:

1. Отсутствие четко сформулированной через систему правовых актов государственной и региональной политики в сфере предпринимательского

сектора. И из-за этого - недостаточно эффективная система защиты прав собственности и интересов инвесторов.

2. Увеличение административных барьеров с каждым годом, не смотря на информатизацию и глобализацию (регистрация, лицензирование, сертификация, системы контроля и разрешительной практики, регулирование арендных отношений);

3. Слабо распространенность реальных и действенных механизмов кредитной поддержки;

4. Неуверенность предпринимателей в стабильности условий ведения бизнеса;

5. Чрезмерное не структурированное вмешательство органов государственной власти в деятельность субъектов хозяйствования.

Детерминантом указанных административных барьеров для бизнеса выступает коррупция в органах власти, являющаяся при этом своеобразным механизмом синергии не эффективностей. В подобных институциональных условиях закономерен конфликт социальной и экономической эффективностей.

В заключении отметим, что темпы роста предпринимательства в республике Башкортостан свидетельствуют о его достаточном внутреннем потенциале, а результаты анализа развития в условиях рыночных реформ - о необходимости формирования и проведения государственной политики по предпринимательства.

#### **Список использованной литературы**

1. Гришин В. В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики [Текст]. Учебное пособие. – М.: Дашков и К., 2012, 368 с.

2. Кучуков Р.А. Теория и практика государственного регулирования экономических и социальных процессов [Текст]: Учебное пособие/ Р.А. Кучуков.- 2-е изд., доп. И перераб.- Москва: ЗАО «Издательство «Экономика», 2010.- 503с.- (Высшее образование).

3. Полянин А.В. Формирование экономического роста регионов и управление социально-экономическим развитием региональных комплексов [Текст]/ А.В. Полянин // Вопросы экономики и права. – 2011. – №1 – С. 106-111.

4. Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2010 г. [Текст], (без микропредприятий). – М.: НИСИП, 2011.

5. Ресурсный центр малого предпринимательства. - <http://www.rcsme.ru/> [Электронный ресурс].

6. Вектор развития. Бизнес-журнал. [Электронный ресурс], Режим доступа. - <http://business.kp40.ru/index.php?cid=600&nid=27899>.

## МЕНЕДЖМЕНТ

**Исакиев Д. С.**  
*магистр факультета Бизнеса,  
группы Международного бизнеса  
Российский экономический университет  
имени Г.В. Плеханова  
г. Москва, РФ*

### **РОЛЬ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Изменение экономической ситуации в Российской Федерации, появление на строительном рынке большого числа частных инвесторов привело к существенному росту хозяйственной активности, масштабному строительству. В современном мире предприниматель часто сталкивается с культурным наследием, даже если его деятельность напрямую не касается этой сферы. К памятникам, составляющим историко - культурное наследие, относятся старинные постройки (церкви, монастыри, дворцы, усадьбы, крепости, особняки, надгробия, монументально-скульптурные композиции), а также иконы, картины, фрески, изделия из бронзы, мрамора, дерева, ткани, монеты, книги, рукописи, предметы народного быта и др. Зачастую к памятникам истории и культуры относят также здания и сооружения, не представляющие художественной ценности, но ценны тем, что с ними связаны исторические события, жизнь и деятельность великих людей.

В последние годы специалистами градостроительной и реставрационной секций Центрального совета оказывается научно-консультативная помощь, проводится рецензирование документации, подготовка экспертных заключений по проектам памятников истории и культуры, расположенных в Москве, Московской, Брянской, Астраханской, Новгородской, Ярославской, Тверской, Владимирской, Смоленской, Калужской и др. областях [1]. С инженерно-строительной точки зрения, сохранение здания, являющегося объектом культурного наследия, подразумевает его эксплуатацию и проведение текущих ремонтно-восстановительных работ. При отсутствии ремонтно-восстановительных работ исторические элементы здания приходят в негодность, утрачиваются, сооружение ветшает, появляется риск потери здания.

Этап демократизации в России, с одной стороны, возрождает возможность для персонализации культурных ценностей, с другой - приводит к переструктурированию созданной в советский период системы учреждений культуры и системы управления ими. Особенностью нынешнего этапа является поиск новых возможностей привлечения негосударственных средств. Государственный сектор в области культуры еще долго будет оставаться

преобладающим [2]. Государство из-за дефицита бюджетных средств на поддержание и восстановление зданий историко-культурной ценности, а также высокой стоимости их содержания, не в состоянии обеспечить поддержание объекта историко-культурного наследия. В связи с этим во многих странах мира все больше зданий – объектов историко-культурного наследия выступают в качестве объектов экономических отношений, таких, как приватизация, купля продажа с ограничительными обязательствами, аренда и субаренда, залог.

В основном передача здания – объекта историко-культурного наследия в частную собственность подразумевает собой его приватизацию по конкурсу с наложением государственными органами по надзору в сфере ИКН ряда обременений. К последним, прежде всего, относятся ограничение использования здания объекта ИКН, те или иные ограничения на его приспособление под нужды собственника, требования по содержанию объекта. Итак, предприниматель может стать собственником специфического объекта недвижимости, обладающего рядом уникальных характеристик, как программируемых дополнительных затрат собственника, так и способных принести ему дополнительный доход.

С экономической точки зрения, историко-культурная ценность, носителем которой является здание – объект историко-культурного наследия, является общественным благом. Такое благо не может быть предоставлено отдельным лицам без предоставления его другим и, следовательно, является неисключаемым благом – единожды обеспеченное, подобное благо может использоваться любым потребителем, независимо от того, заплатил он за пользование благом или нет. Конечным потребителем историко-культурной ценности является общество. В глобальном плане это означает, что историко-культурная ценность не существует «в отрыве» от возможности общества потреблять данное благо.

Общественное благо, тем не менее, способно приносить владельцу своего носителя вполне конкретный доход, как, впрочем, и конкретные убытки. В этом деле важным аспектом является тот факт, что здание – объект историко-культурного наследия может заинтересовать предпринимателя в качестве объекта инвестирования только в том случае, если совокупность экономических эффектов (как прямых, так и косвенных) от его эксплуатации будет приносить прибыль.

К характеристике здания – объекта ИКН и особенностям, непосредственно связанным с его историко-культурной ценностью, можно отнести следующие:

1. Особый юридический статус. В силу того, что обязанностью государства является сохранение здания – объекта ИКН, оно накладывает ряд ограничений и обременений на право собственника распоряжаться объектом ИКН. В частности: Установление вариантов разрешенного использования здания – объекта ИКН. Для сохранения исторической и культурной ценности объекта ИКН, государственными надзорными



органами устанавливается такой режим использования объекта ИКН, при котором его историческая и культурная ценность максимизируется.

На собственнике объекта историко-культурного наследия лежит бремя содержания принадлежащего ему объекта культурного наследия. Тем самым, владелец здания должен поддерживать сохранность здания памятника и его историко-культурной ценности за свой счет. Помимо проведения текущего ремонта, что зачастую подразумевает проведение, по крайней мере, первичных реставрационно-восстановительных работ, особенно в случае, если здание, передаваемое собственнику в пользование, находится в неудовлетворительном состоянии.

Государственные структуры вправе устанавливать ограничения при использовании здания – объекта культурного наследия в целях обеспечения его сохранности. Таким образом, права собственника на пользование, владение и распоряжение зданием памятником, существенно ограничиваются. Чаще всего это выражается в ограничении модифицирования здания – объекта ИКН. Можно сказать, что собственник не имеет права проводить строительные работы, перепланировки, надстройки и т.п. без согласования с органами государственного надзора в данной сфере. Изменение объекта ИКН, ведущее к утрате или риску утраты им характеристик вносить невозможно. Кроме того, собственник обязан поддерживать здание – объект ИКН в хорошем состоянии.

2. Защита здания от сноса при градостроительных преобразованиях. Будучи под охраной государства, здание – объект ИКН обладает относительной неуязвимостью при проведении градостроительных преобразований. Безусловно, здание в большинстве случаев при отсутствии форс-мажорных обстоятельств будет сохраняться, как объект культурного наследия и собственник объекта ИКН освобожден от угрозы выселения из здания и последующего его сноса в рамках проводящийся градостроительных изменений.

3. Историко-культурная ценность объекта. Здание – объект ИКН является носителем историко-культурной ценности. С экономической точки зрения данная характеристика может быть отнесена к группе нематериальных потребительских наследие свойств здания – объекта ИКН, влияющих на его стоимость. Данные свойства в большинстве своем, например, лежат в плоскости статуса здания и влияния его историко культурной ценности на имидж и формирование бренда предприятия, использующего здание[3].

Таким образом, расположение предприятия в здании – объекте ИКН в большинстве случаев может рассматриваться, как потенциальный экономический выигрыш. Владение зданием – объектом ИКН престижно и повышает известность и репутацию компании. Размещение в здании «с историей», в отличие от новостройки, способно создавать у потребителя ощущение респектабельности и надежности. Кроме того, для ряда предприятий, таких, как гостиницы, расположение в исторических зданиях является прямым источником дополнительного дохода,

так как историческое здание служит дополнительным объектом привлечения потребителей. Следовательно, особый статус здания – объекта ИКН, а также исторические и духовные характеристики конкретных зданий являются немаловажными причинами активного использования исторических зданий государственными органами.

#### **Литература:**

1. Полякова М.А. Охрана культурного наследия России. М., 2005
2. Михайлова Н. В. Государственно-правовая охрана историко-культурного наследия России во второй половине XX века. - М., 2001. - С. 10.
3. Гришин А.И. Управление историко-культурным наследием на предприятиях сферы услуг: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: М., 2013

**Карамутдинова Д.М.,**  
*аспирант кафедры «Финансы, денежное  
обращение и экономическая безопасность»  
ФГБОУ ВПО Уфимский государственный авиационный  
технический университет*

### **АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ РИСКОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ**

В связи с постепенным переходом промышленного сектора Российской Федерации на системное управление изменениями страхование рисков становится одной из основных функций менеджмента предприятий. При этом эффективное выполнение данной функции зависит от правильности решения ряда практических задач. К числу важных решений при построении комплексной (интегрированной) системы управления рисками на предприятии относится разработка или выбор классификации рисков.

Под классификацией рисков принято понимать способ распределения рисков на конкретные группы по определенным классификационным признакам (критериям) для достижения поставленных целей.

Основной задачей классификации рисков является упорядочивание, объединение множества рисков, возникающих в любой деятельности, в однородные группы в целях облегчения их анализа, оценки и контроля.

Как правило, для целей комплексного управления рисками на предприятии выбирается одна из наиболее распространенных классификаций рисков. Однако подходы к классификации рисков существенно отличаются, а следовательно, требуется их предварительный анализ на предмет практической значимости.

В экономической литературе самостоятельная классификация производственных рисков (или рисков, свойственных промышленным объектам) встречается редко. Обычно риски рассматриваются в общей совокупности предпринимательских или экономических рисков [6,7,10,11]. При этом подробно они исследуются и определяются лишь в части финансовых рисков – рисков, связанных с финансовой деятельностью предприятий.

Поэтому практическое применение подобных классификаций в производственной сфере проблематично.

В специфических классификациях рисков используется значительное количество различных классификационных признаков.

Во-первых, в качестве критериев классификации рисков используются универсальные характеристики, определяющие природу любого риска или связанные с его природой. К ним можно отнести следующие:

- степень сложности;
- величина (размер) риска;
- распределение риска во времени;
- возможные последствия риска;
- возможность минимизации;
- возможность страхования;
- метод оценки;
- метод регулирования.

Разделение рисков по данным классификационным признакам подробно описано в научно-технической литературе по общей теории рисков [1,2,9,11].

Во-вторых, риски классифицируются по специфическим критериям, определяющим их связь с отдельными видами и аспектами деятельности, со структурой и содержанием деятельности конкретного предприятия. В их числе рассмотрим следующие признаки:

- среда (сфера возникновения);
- тип производства;
- вид операций;
- состав (тип) клиентов;
- характер учетной деятельности.

По отношению к среде предприятия все риски можно разделить на внешние и внутренние. Так, внешние риски можно определить как риски, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия или его контактной аудиторией, а внутренние - как риски, обусловленные деятельностью самого предприятия, его клиентов или его конкретных контрагентов. Согласно разработанной классификации к внешним рискам банков можно отнести все виды макроэкономических рисков (страновой, валютный, политический, экологический и пр.), риски стихийных бедствий, а к внутренним рискам – производственный, финансовый, маркетинговый, штабной (по основным блокам структуры менеджмента).

От группировки рисков по данному критерию предприятие извлекает, на наш взгляд, несомненную пользу. Она состоит в том, что во всем множестве рисков определяются те риски, которыми предприятие может управлять (внутренние риски), и те, на которые банк влиять не способен, а может лишь учитывать их влияние на свою деятельность (внешние риски). Исходя из этого полагаем, что вполне обоснованно использовать в качестве синонима для обозначения внешних рисков термин «систематические риски», а для внутренних - «несистематические риски», как это сделано в источнике [8].

Однако необходимо заметить, что деление рисков на внешние и внутренние может быть только условным. Причина этому заложена в природе рисков и заключается в упоминавшейся уже зависимости каждого риска как от внутренних, так и от внешних факторов по отношению к объекту риска. В одних случаях риск может преимущественно определяться внешними факторами, а в других – преимущественно внутренними. Например, налоговый риск, который обычно относят к внешним рискам, определяется и возможностью неблагоприятного изменения налогового законодательства (внешним фактором), и применением схем оптимизации налогов (внутренним фактором).

Спектр рисков любого предприятия определяется, прежде всего, его типом. Как известно, по видам осуществляемой деятельности выделяют универсальные (диверсифицированные) и специализированные предприятия. При этом, поскольку универсальные предприятия выполняют больше видов деятельности, чем специализированные, то они, с одной стороны, подвергаются большему виду рисков в своей деятельности, а с другой - диверсификация деятельности позволяет страховать самый тяжелый вид риска - банкротство - разнообразием выпускаемой продукции и/или видов деятельности. В то же время специализация отдельных предприятий на предоставлении сложных или уникальных услуг приводит к появлению у них специфических рисков, которые могут отсутствовать в широкой и разнообразной деятельности универсальных предприятий.

Классификация рисков по типу предприятия позволяет делить общую совокупность всех рисков на крупные сегменты. Однако этого не достаточно с практической точки зрения. В практических целях каждый крупный сегмент необходимо дополнительно классифицировать (детализировать) по критериям: тип операции, тип клиентов, которые в отдельных классификациях рисков представлены как самостоятельные критерии одного уровня.

Одна из наиболее популярных на практике классификаций, например, банковских рисков предложена Базельским комитетом по банковскому надзору. Она включает 8 основных рисков:

- кредитный риск;
- страновой риск и риск перевода;
- рыночный риск;
- процентный риск;
- риск ликвидности;
- операционный риск;
- правовой риск;
- риск потери деловой репутации;

Достоинство этой классификации состоит в том, что она универсальна и охватывает основные аспекты деятельности любой кредитной организации. Но, как и многие другие применяемые классификации рисков, она позволяет лишь условно разделить банковские риски по сферам их проявления, игнорирует взаимосвязи между рисками и не основана на системном подходе.

Однако пути решения проблемы систематизации рисков предприятий лежат в разработке общей принципиальной схемы, описания и оценки любых видов рисков (и их комбинаций), независимо от их номинального основания. Только системная классификация позволит предприятиям комплексно управлять всеми видами рисков, обеспечит им безопасность в целом. Критерии системной классификации рисков представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии системной классификации рисков предприятий

<b>Критерий</b>	<b>Виды рисков</b>
I. Степень обобщения рисков	1. Элементные риски. 2. Составные риски. 3. Совокупные риски.
II. Отношение к объекту риска	1. Риски для имущества предприятия. 2. Риски для инфраструктуры.
III. Механизм реализации рисков	Риски действий людей Риски обстоятельств (стихийных и подобных сил)
IV. Лица, причастные к реализации угроз	1. Риски от сотрудников, в т.ч. 1.1. от руководства; 1.2. от персонала. 2. Риски от прочих лиц, в т.ч. 2.1. от клиентов; 2.2. от контрагентов; 2.3. от посторонних лиц, в т.ч. 2.3.1. от недобросовестных конкурентов; от криминальных элементов
V. Мотивы субъектов риска	1. Риски ошибок. 2. Риски небрежности. 3. Риски из преступного (злого) умысла.
VI. Последствия реализации риска	1. Приемлемые 2. Неприемлемые 3. Катастрофические.

Предложенный системный подход к классификации рисков вполне обоснован и имеет большую практическую значимость. В его развитие предлагается следующее.

Во-первых, среди рассмотренных критериев системной классификации рисков можно выделить основные системные критерии (II, III, IV) и вспомогательные (I, V, VI). Кроме того, в состав основных критериев необходимо включить рисковые события или причины рисков. При этом следует иметь в виду, что одно и то же рисковое событие может быть причиной возникновения одновременно нескольких типов рисков.

Во-вторых, выделение системных признаков рисков позволяет создать общую модель реализации риска. Схематично она представлена на рис. 1.

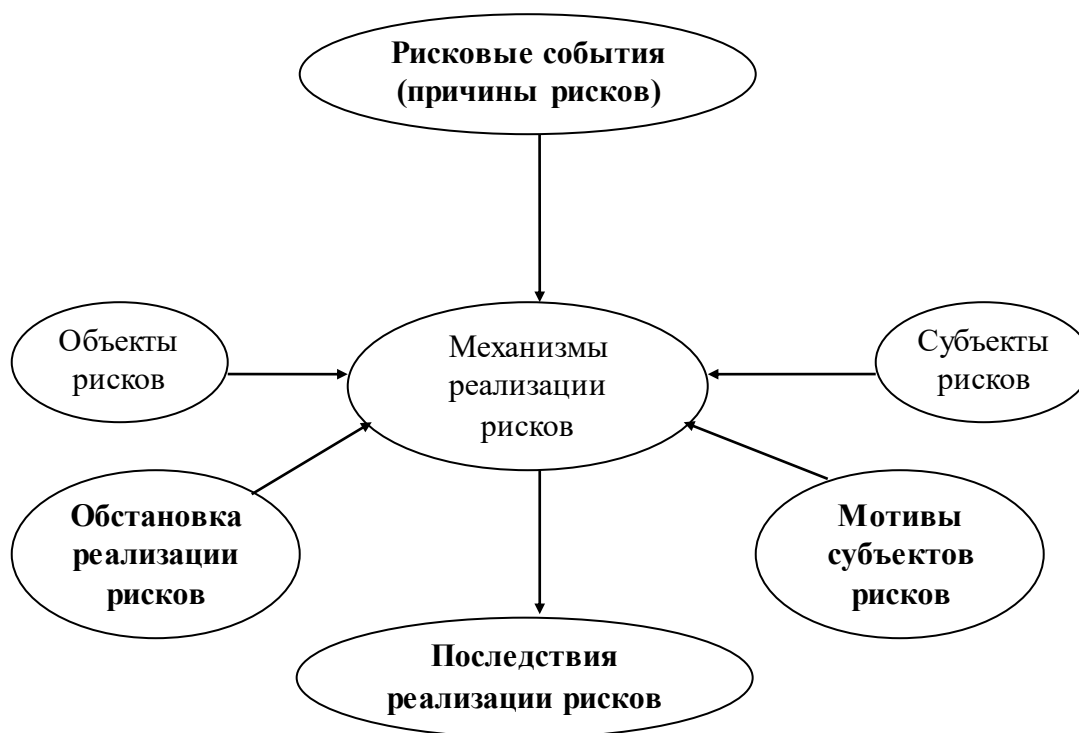


Рисунок 1 – Модель реализации риска

В-третьих, поскольку большинство искусственно созданных систем является иерархическими, на основе системных критериев классификации рисков может быть выстроена иерархическая структура рисков, которая представлена в таблице 2. Выделение уровней иерархии призвано упростить управление множеством рисков.

Таким образом, из всех рассмотренных подходов, на наш взгляд, только системный подход к классификации рисков позволит предприятиям выстроить эффективную систему управления рисками.

Таблица 2 – Иерархия рисков

Уровень иерархии	Системный критерий классификации	Виды рисков
1.	Последствия реализации рисков	1. Приемлемые 2. Неприемлемые 3. Катастрофические.
2.	Объекты рисков	1. Риски для материальных объектов 2. Риски для нематериальных объектов
3.	Механизм реализации рисков	1. Риски деятельности 1.1. Риски коммерческой деятельности 1.1.1. Риски операций 1.1.1.1. Риски продуктов 1.2. Риски обеспечивающей деятельности 3. Риски обстоятельств
4.	Рисковые события	1. Страхуемые риски 2. Нестрахуемые риски

### **Список использованных источников:**

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М., 1996.
2. Буянов В.П. Управление рисками (рискология) / Буянов В.П., Кирсанов К.А., Михайлов Л.А. – М.: Экзамен, 2002. – 384 с.
3. Гамза В.А. Методологические основы системной классификации банковских рисков // Банковское дело. – 2001. – №6. – С. 25-29.
4. Гамза В.А. Методологические основы системной классификации банковских рисков // Банковское дело. – 2001. – №7. – С.11-15.
5. Севрук В.Т. Банковские риски. – М.: «Дело Лтд», 1995. – 72 с.
6. Севрук В.Т. Риски финансового сектора Российской Федерации: практическое пособие. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001. – 175 с.
7. Тэпман Л.Н. Риски в экономике: Учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380 с.
8. Филин С.А. Финансовый риск и его составляющие для обеспечения процесса оценки и эффективного управления финансовыми рисками при принятии финансовых управленческих решений // Финансы и кредит. – 2002. – № 3.
9. Хохлов Н.В. Управление риском: Учеб. пособие для вузов. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с.
10. Цветкова Е.В., Арлюкова И.О. Риски в экономической деятельности: Учебное пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2002. – 64 с.
11. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – 544 с.: ил.

**Коваленко Н.В.**

*Студентка 2 курса магистратуры, направления «Менеджмент»  
ФГБУ ВПО «Оренбургский государственный институт менеджмента»*

*г. Оренбург, РФ*

**Береговая И.Б.**

*к. э. н., доцент кафедры «Производственного менеджмента»  
ФГБУ ВПО «Оренбургский государственный институт менеджмента»*

*г. Оренбург, РФ*

### **МОДЕЛИРОВАНИЕ – КАК ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Для успешного управления предприятием в настоящее время широко используются методики моделирования. В данной области применения выделяют моделирование деятельности организации, моделирование организационной структуры предприятия, моделирование производственных систем, моделирование систем автоматизации бизнеса и т.д. В процессе разработки моделей управления четко определяется место управляющих структур в общей структуре предприятия, а также взаимодействие его составных частей и связей с внешней средой.

Модель системы управления конкурентоспособностью, обеспечивающая процесс принятия стратегических решений, поможет менеджерам визуально представить текущую ситуацию, в которой находится предприятие, проанализировав воздействия внешней и внутренней среды высокой степени изменчивости и неопределенности. Моделирование позволит предприятию с максимальной эффективностью при минимальных затратах оптимально использовать все имеющиеся в распоряжении виды ресурсов. Поэтому исследование процесса моделирования управления конкурентоспособностью предприятия и разработка моделей является актуальной проблемой.

Управление конкурентоспособностью предприятия возможно представить как непрерывный процесс четко ориентированных воздействий, осуществляемых в целях установления, обеспечения, поддержания и повышения уровня конкурентоспособности на всех этапах жизненного цикла объекта [1, с. 83]. Управление конкурентоспособностью предприятия есть процесс, а система управления конкурентоспособностью – механизм, который обеспечивает этот процесс.

В системе управления конкурентоспособностью предприятия объектом управления являются конкурентные преимущества предприятия, которые являются ключевыми факторами, обеспечивающие предприятию более выгодное, в сравнении с конкурентами, положение, а также достижение стратегических и тактических целей при оптимальном расходе всех видов ресурсов.

Моделирование в ходе исследования систем управления конкурентоспособностью предприятия позволяет представить объекты управления на моделях, отражающие свойства, взаимосвязи, структурные и функциональные характеристики управляемых объектов и всесторонне изучает их.

Под моделью в широком смысле понимают любой образ, аналог (мысленный или условный: изображение, описание, схема, чертеж, график, план, карта и т. п.) какого—либо объекта, процесса или явления («оригинала» данной модели), используемый в качестве его «заместителя», «представителя». От представлений об объекте управления зависит характер модели, выбор областей фундаментальных и прикладных знаний, набор используемых для воздействия (управления) методов, инструментов. Современный менеджер должен видеть системную сущность организации, ее элементов, субъектов, понимать наличие у системы всех свойств систем и, осуществляя воздействие, знать и стараться использовать широкий набор подходов и методов воздействия на поведение[2].

С учетом механизмов формирования системы управления предприятия, предложенными различными исследователями, формирование системы управления предприятия ориентированное на конкурентоспособность (далее СУПОК) предполагает выделение внешнего окружения и внутренней структуры предприятия (рис.1).

К внешнему окружению СУПОК относятся «вход», «выход» связи с внешней средой и обратная связь [4, с. 414].



Внутренняя структура системы состоит из подсистем управления: управляющей, управляемой, обеспечивающей и целевой.

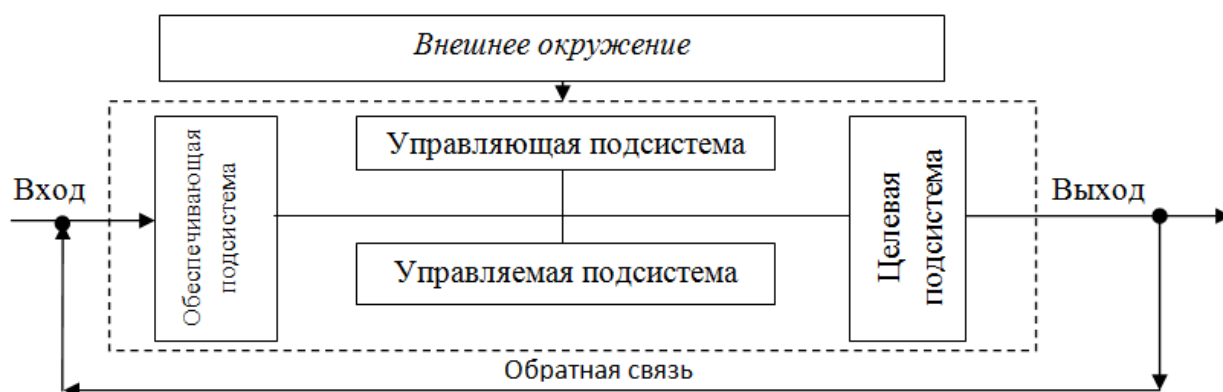


Рисунок 1 – Система управления предприятия, ориентированная на конкурентоспособность (СУПОК)

К «входу» системы относятся все, что получает, например организация для разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности: методические документы, финансовые, трудовые, материальные, информационные и другие виды ресурсов. Задача органов управления сводится к обеспечению конкурентоспособного «входа» системы путем проведения маркетинговых исследований и отбора наиболее конкурентоспособных поставщиков. Если «вход» будет неконкурентоспособным, то при любом уровне процесса по переработке «входа» в «выход» параметры «выхода» системы тоже будут неконкурентоспособными. Отсюда вывод: сначала обеспечить конкурентоспособный «вход», потом – конкурентоспособный процесс, тогда и «выход» системы будет конкурентоспособным [4, с. 415].

На «входе» СУПОК будет стратегия повышения конкурентоспособности организации. Основными условиями обеспечения потенциальной конкурентоспособности «выхода» являются: высокое качество стратегических маркетинговых исследований; обеспечение конкурентоспособных параметров «входа» системы в процессе ее функционирования; обеспечение конкурентоспособных параметров процесса в системе; изучение конъюнктуры рынка [4, с. 415].

К компонентам обратной связи относятся дополнительные требования и рекламации потребителей, новая информация по научно-техническому прогрессу и конъюнктуре рынка и т. д. Обратная связь может быть как с организацией-изготовителем непосредственно, так и с поставщиками «входа» системы [4, с. 417].

Внешняя среда организации — компоненты макросреды, мезосреды и микросреды организации, оказывающее прямое или косвенное влияние на устойчивость, эффективность и конкурентоспособность [4, с. 417].

Внутренняя структура СУПОК состоит из подсистем: целевая подсистема; обеспечивающая подсистема; управляемая подсистема; управляющая подсистема. Целевая подсистема состоит из подцелей, в качестве которых могут выступать: повышение качества выпускаемых товаров;

ресурсосбережение; расширение рынка сбыта товаров; организационно-техническое развитие производства; повышение качества сервиса товаров. Компонентами обеспечивающей подсистемы являются: методическое обеспечение; ресурсное обеспечение; информационное обеспечение; правовое обеспечение. Управляемая подсистема (объект) включает в себя: стратегический маркетинг; инновационный менеджмент; финансовый менеджмент; организация производства; тактический маркетинг; организация сервиса потребителей товаров. Управляющая подсистема (субъект) включает в себя: управление персоналом в организации; разработка рациональных управленческих решений; оперативное управление реализацией решений [3, с. 21].

В условиях нестабильной экономической среды важно совершенствовать методы управления конкурентоспособностью предприятия. Анализ источников показал, что важнейшим фактором повышения эффективности потенциала любых объектов в настоящее время является повышение конкурентоспособности управленческих решений.

Представленная в работе на рисунке 1 модель системы управления конкурентоспособностью предприятия, отражает взаимосвязи управляющей, управляемой, целевой и обеспечивающей подсистем и параметры, характеризующие вход и выход системы, обратную связь и связь с внешней средой. Как результат мы видим, что метод моделирования позволяет рационально провести процесс создания системы управления конкурентоспособностью предприятия.

#### **Список использованной литературы:**

1. Береговая И.Б. Система управления конкурентоспособностью предприятия: сущность и методология формирования: монография. – Оренбург: ОГИМ, 2013. – 160 с.
2. Принципы и методы управления [электронный ресурс] //URL<<http://kmt.stu.ru/cevelevw/v%203.htm>>(дата обращения 20.01.2015)
3. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2011. – 497 с.  
Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. — 2-е изд., испр. и доп. — М: Изд-во Эксмо, 2005. — 544 с.

**Кожаринов А.В.,**

*К.э.н., доцент, Проректор по социальной и воспитательной работе  
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской  
Федерации», г. Москва, Российская Федерация*

**Петровичева Н.М.**

*Магистр факультета «Открытое образование» ФГБОУ ВПО  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г.  
Москва, Российская Федерация*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ГРАЖДАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАЧЕСТВОМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ**

### **Аннотация**

В данной статье авторами рассматриваются исследования удовлетворенности граждан Российской Федерации качеством предоставления государственных и муниципальных услуг. Особое внимание авторы уделяют анализу качества осуществления государственных функций и предоставления ряда государственных услуг для физических лиц, а также, бизнеса в сфере внешнеторговой и инновационной деятельности. В заключение авторы характеризуют социологический опрос получателей государственных и муниципальных услуг за 2011-2013 годы.

**Ключевые слова:** государственные услуги, муниципальные услуги, мониторинг.

Общая оценка уровня удовлетворенности граждан качеством государственных и муниципальных услуг представляют высокую актуальность для экспертов и практиков в сфере совершенствования системы государственного управления в России.

В Российской Федерации накоплен значительный опыт проведения исследований, в рамках которых в той или иной степени проводилась оценка уровня удовлетворенности граждан качеством деятельности органов государственной власти и местного самоуправления в части предоставления государственных услуг и осуществления контрольно-надзорных функций.

Примером такого рода исследований можно привести опрос Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), проведенный в 2004 году в отдельных регионах-участниках эксперимента по вопросам отношения граждан к государственной службе и государственным служащим, а также основным аспектам реформы государственной службы. В опросе приняло участие 7000 человек из 7 субъектов Российской Федерации (Республика Чувашия, Самарская область, Саратовская область, Красноярский край, Пермский край, Санкт-Петербург, Москва). Важным результатом данного опроса явилась в целом негативная оценка результатов работы государственных служащих. Но в рамках этого опроса не проводилась подробная оценка качества конкретных государственных и муниципальных услуг.

Более подробные исследования общей удовлетворенности граждан качеством оказания государственных и муниципальных услуг проводилось ФОМ в 2008 и в 2011 годах. В рамках этих исследований рассматривались как отдельные показатели, характеризующие удовлетворенность населения качеством государственных и муниципальных услуг, так и отношение граждан к нововведениям в данной сфере.

Наиболее масштабным исследованием в сфере оценки качества оказания конкретных государственных и муниципальных услуг с использованием опросов получателей данных услуг (заявителей) является Всероссийский мониторинг административных регламентов, проведенный ГУ-ВШЭ в 2008-2010 годах.

Опросы проводились в пунктах предоставления государственных услуг (всего в исследовании в 2008 году рассматривалась 51 государственная услуга, в 2010 году-47 услуг). При оценке удовлетворенности учитывались следующие аспекты качества государственных услуг:

- оценка инфраструктуры получения услуг (транспортная доступность, условия и длительность ожидания приема, удобство графика работы, информативность справочной информации);
- оценка удовлетворенности и оптимальности предоставления услуг (основные проблемы, общие временные затраты, удовлетворенность в целом);
- оценка сложности сбора документов;
- оценка качеств взаимодействия с госслужащими (продолжительность приема, оценка компетентности и отношения к клиентам).

Примером глубинного исследования удовлетворенности качеством государственных услуг является проведенный в 2012 году (в рамках государственного контракта на выполнение научно-исследовательской работы, заключенного между ФГБОУ ВПО «Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» и Министерством экономического развития Российской Федерации), анализ качества осуществления государственных функций и предоставления ряда государственных услуг для физических лиц, а также, бизнеса в сфере внешнеторговой и инновационной деятельности.

Целью исследования являлась оценка удовлетворенности граждан (в том числе представителей бизнеса) качеством услуг, предоставляемых органами государственной власти и местного самоуправления.

В рамках этого исследования были выявлены наиболее массовые государственные и муниципальные услуги, методика расчета уровня удовлетворенности граждан качеством государственных и муниципальных услуг, ранжирование факторов, определяющих удовлетворенность граждан качеством предоставления государственных услуг.

Такая количественная оценка была проведена на территории России впервые.

В этой работе проводилась оценка доступности и комфортности предоставления государственных и муниципальных услуг (оценка по 5-балльной шкале):

- условия ведения приема посетителей;
- доступность информации о порядке предоставления услуги;
- полнота и понятность предоставленной информации;
- территориальная доступность учреждения;
- вежливость сотрудников, обслуживающих заявителей;
- удобство графика работы;
- точность и правильность заполнения документов сотрудниками органов

власти;

- получение информации о стадии рассмотрения обращения.

Также, проводилась комплексная оценка качества государственных и муниципальных услуг. Оцениваемая на основе следующих параметров, наиболее влияющих на качество услуг по мнению респондентов:

- сроки получения услуги;
- стоимость получения услуги;
- количество обращений в различные инстанции для получения услуги.

В результате приведенных исследований за 2011-2013 гг. зафиксирован существенный рост показателя общей удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных и муниципальных услуг по сравнению с оценками, полученными на начало реализации административной реформы в Российской Федерации в 2006 году [1].

Социологический опрос получателей государственных и муниципальных услуг проведен Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации по заказу Минэкономразвития России с 9 по 19 сентября 2013 года в 77 субъектах Российской Федерации в рамках ежегодного мониторинга качества предоставления государственных услуг.

По результатам мониторинга, работа системы предоставления государственных и муниципальных услуг вызывает немало нареканий со стороны получателей услуг. Основными из них являются: большие очереди (43,6% на 2013 г), большие сроки получения услуги (18,1% на 2013 г), сложность заполнения официальных форм (бланков) (18,4% на 2013 г.), требование избыточных документов, сведений (16,9% на 2013 г).

В заключение стоит отметить, что проблема ожидания в очереди, остается по-прежнему наиболее существенной и стабильной. Соответственно, основными приоритетами совершенствования процедур предоставления государственных и муниципальных услуг и для представителей предпринимательского сообщества, и для иных граждан является сокращения очередей и срока предоставления государственных и муниципальных услуг. При этом на третьем месте стоит сокращение избыточных документов, а также удобный график работы.

#### **Список использованной литературы**

1.Бутова Т.В., Белогорцева Ю.А. Совершенствование сферы предоставления государственных услуг в российской федерации //

**Погосян М.О.**

*Магистрант,*

*Тюменский государственный университет*

*г.Тюмень*

## **К ВОПРОСУ О ФАКТОРАХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Безусловно, конкурентоспособность предприятия подвержена влиянию различных факторов, которые влияют как в сторону повышения, так и в сторону ее уменьшения. Поскольку классификация факторов конкурентоспособности предприятия довольно обширна, мы рассмотрим наиболее важную их классификацию.

Так, деятельность любого предприятия находится под воздействием как факторов, которые возникают при замкнутом контакте субъекта экономики и управленческой задачи, так и факторов, возникающих при открытом взаимодействии предприятия с внешней средой при решении той же задачи. Поэтому всю совокупность факторов конкурентоспособности предприятия можно подразделить на внешние и внутренние.

Внутренние факторы – это объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности. К которым можно отнести потенциал маркетинговых служб, научно-технический потенциал, производственно-технологический потенциал, финансово-экономический и кадровый потенциал, уровень материально-технического обеспечения, подготовка и разработка производственных процессов, выбор оптимальной технологии производства, уровень технического обслуживания в постпроизводственный период и другие.[6]

Внешние факторы – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна. И к ним относят [5]:

- факторы экономического характера (налоговая, финансово-кредитная политика, участие в международном разделении труда);
- факторы административного характера (разработка, совершенствование и реализация законодательных актов, демонополизация экономики, государственная система стандартизации и сертификации);
- основные характеристики самого рынка деятельности данного предприятия (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов);
- деятельность общественных и негосударственных институтов;
- деятельность политических партий, движений, блоков, формирующих социально-экономическую обстановку в стране.

Отметим, что возможности непосредственного воздействия предприятия на факторы внешней среды достаточно ограничены, поскольку они

преимущественно действуют объективно по отношению к предприятию. Реальные возможности обеспечения конкурентоспособности предприятия находятся в сфере факторов внутренней среды. Однако воздействовать на эти факторы можно с разной степенью эффективности. Так, как правило, значительных капиталовложений и длительного срока окупаемости требуют инновационные изменения технико-технологических условий работы. Однако следует отметить, что при существующем в мире высоком уровне развития научно-технического прогресса производственный потенциал предприятий, который составляет значительную часть экономического потенциала, практически определяется используемыми в производстве современными технологиями [5].

Вместе с тем для обеспечения конкурентоспособности предприятия при всей важности создания современных технико-технологических условий производства, необходимо также уделять внимание формированию адекватной данным условиям системы менеджмента на предприятии. Поэтому среди внутренних факторов конкурентоспособности организации важнейшую роль играет уровень качества управления организацией, т.е. уровень подготовки менеджеров, умение правильно вести деловые операции в условиях постоянного изменения на рынке. Эти факторы считают ключевыми в определении конкурентоспособности организации на рынке.

Более того, на основе внутренних и внешних проанализированных факторов можно построить SWOT-анализ.

Например, проанализировав внешние и внутренние факторы крупнейшего на сегодняшний день производителя легковых автомобилей в России, построим таблицу, характеризующие результаты анализа.

#### SWOT-анализ для ОАО «Автоваз»

Сильные стороны	Слабые стороны
Поддержка государства; Партнерство с Renault-Nissan; Самая крупная доля в целом по рынку легковых автомобилей (16%) Известный бренд России и СНГ; Присутствие сети дилеров и технического обслуживания повсеместно; Малая зависимость от сторонних поставщиков; Высокая степень стандартизации и унификации комплектующих; Низкая эффективность использования основных фондов.	Неискусный производственный менеджмент; Нечеткое, слабое позиционирование модельного ряда; Высокая себестоимость продукции; Низкий уровень автоматизации оборудования; Низкое качество продукции; Высокий индекс постоянного актива; Замедление оборачиваемости фондов.
Возможности	Угрозы
Доступ к лучшим технологиям западных партнеров; Увеличение доли на рынке	Замедление роста авторынка; Развитие сборочных производств иностранных конкурентов;

автокомплекующих; Потенциал снижения себестоимости продукции; Влияние кризиса: расширение круга потребителей; Доступ к отечественным научным центрам; Повышение ценовой привлекательности продукции за счет роста курса иностранных валют.	Ужесточение экологических требований к авторынку; Инфляция; Изменение цен на сырье; Перепроизводство; Угроза потери лояльности дилеров.
--	---

Источник: составлено автором на основе данных [1],[2],[3],[4].

Судя по таблице, можно предложить ряд мер для увеличения конкурентоспособности:

- снизить себестоимость продаж и накладных расходов;
- увеличить эффективность использования основных фондов;
- увеличение качества продукции за счет обмена ноу-хау с зарубежными партнерами;
- внедрять новые комплектации и расширить географию поставок наиболее популярной модели «Лада»;
- используя поддержку государства, осуществлять выкуп находящихся в кризисе крупных зарубежных производителей платформ для автомобилей;
- развивать производство комплекующих.

#### **Список использованной литературы**

1. Анализ ситуации ОАО «Автоваз» - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://xn---7sbbandgbqky2aahsgjkcncv61a.xn--p1ai/cases/ex\\_avtovaz.pdf](http://xn---7sbbandgbqky2aahsgjkcncv61a.xn--p1ai/cases/ex_avtovaz.pdf) [07.03.2015];
2. Годовой отчет ОАО «Автоваз» за 2013 год. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/avtovaz\\_ras\\_12m\\_2013.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/avtovaz_ras_12m_2013.pdf) [07.03.2015];
3. Интернет портал ОАО «Автоваз» <http://www.lada.ru> [28.02.2015];
4. Интернет–сервер автомобильной газеты Авто Город: [www.autocity.com](http://www.autocity.com)
5. Конкурентоспособность организации: учебное пособие [Электронный ресурс] / Минск: Вышэйшая школа, 2012. - 320 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143263> [07.03.2015];
6. Мухина, И.А. Экономика организации (предприятия): учебное пособие [Электронный ресурс] / И.А. Мухина. - М.: Флинта, 2010. - 320 с. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103810> [07.03.2015];



# **МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ**

**Аношкина М.С.**

*студентка,*

*Финансовый Университет*

*при Правительстве Российской Федерации*

*г. Москва, РФ*

## **СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ РАБОТНИКОВ ЗАЕМНОГО ТРУДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Сегодня процессы глобализации затронули все сферы общественной жизни, не обойдя стороной сферу трудовых отношений. Наряду с интенсификацией международной торговли глобальное мировое производство выдвигает новые требования к распределению трудовых ресурсов.

Глобальные процессы формируют новый рынок труда в двух направлениях: во-первых, усиливая рост временной трудовой миграции, во-вторых, концентрируя спрос мирового рынка на специалистах с очень высоким уровнем квалификаций [5, С. 109-112].

Особенно процесс глобализации коснулся кадровой политики предприятий, создав предпосылки для использования заемного труда с целью сокращения издержек [2, С. 186].

Заемный труд - это привлечение работников через кадровое агентство занятости для выполнения работ на предприятии/в организации, где есть потребность в рабочей силе. Существует множество видов заемного труда, активно применяемых в мировой практике - лизинг, аутстаффинг, аутсорсинг персонала [4, С. 13].

На сегодняшний день наиболее актуальными аспектами заемного труда видятся процесс его развития в эпоху глобализации и специфика функционирования в России.

Реалии современной экономики требуют от работников максимальной гибкости и мобильности. Еще в 2000-х годах зарубежные эксперты отмечали, что усиление гибкости трудовых отношений во всем мире должно поддерживаться рядом юридических действий: пересмотром положения профсоюзов, отказом от чрезмерной регламентации институтов трудового права, упразднением монополии государства на оказание услуг по найму и, конечно, легитимацией гибких разновидностей трудового договора [10, С.69].

Выделяется ряд причин появления гибкой занятости и заемного труда. В первую очередь - это глобализация рынков, международное разделение труда и усиление конкуренции. Во-вторых, - стремление работодателей снизить финансовые издержки, и, как следствие - существенные перемены в стратегии использования персонала (использование труда частично занятых работников). В итоге положение самого работника меняется и появляется понятие "гибкобильность" (flexicurity), как сочетание гибкости (квалифицированности,

образованности, высокой профессиональной подготовки работника) и мобильности (социальной и профессиональной) [7, С. 427-431].

В странах Западной Европы уже осуществляется политика гибкობильности, с целью поддержания экономической эффективности и сохранения приемлемого уровня безработицы. Сущность данной политики в том, чтобы помочь рынку труда адекватно реагировать на процессы глобализации, через обеспечение стабильного уровня занятости и доходов уязвимых социальных групп с одной стороны, и "гибкую" организацию труда и трудовых отношений с другой [3, С. 431].

Можно сделать вывод, что заемный труд является крайне эффективным средством не только повышения социально-профессиональной мобильности самих работников, но и средством конкурентной борьбы на рынке.

Не смотря на то, что некоторые авторы полагают, что заемный труд не решает проблемы безработицы, "безнравственен" и снижает степень социальной защиты для заемных работников - большинство ученых убеждены в том, что заемный труд крайне полезен для экономики. Во-первых, он обеспечивает занятость социально-уязвимых групп граждан (студенты без опыта работы, пенсионеры, безработные и тд.), во-вторых он признан эффективным различными международными организациями (специализированное учреждение ООН - Международная организация труда, Ассоциация европейского бизнеса [9, С. 39-45]).

При этом необходимо отметить, что правовая сторона заемного труда - это его самый спорный аспект. Во-первых, Россия до сих пор не ратифицировала Конвенцию МОТ № 181 "О частных агентствах занятости" [6] (один из основных документов, защищающий положение заемных работников).

Во-вторых, российские работники сегодня существенно ограничены в выходе на российский рынок заемного труда. А с принятием Федерального закона от 28 декабря 2013 г. № 421-ФЗ, использование заемного труда будет признаваться незаконным [1]. Закон вступит в силу с 1 января 2016 года. Он прямо запрещает "аренду персонала" - то есть аутстаффинг, лизинг и аутсорсинг персонала. Принятие обозначенного закона нанесет существенный ущерб инвестиционному имиджу России.

Можно сделать вывод, что структура российского рынка труда стремится не в сторону инновационной экономики, а в противоположном направлении. Международный рынок труда стремится к увеличению темпов социально-профессиональной мобильности работников, в то время как российский рынок труда лишь препятствует реализации потенциала работников.

Более того, даже в "Стратегии 2020" обращается внимание на то, что Трудовой Кодекс РФ игнорирует постиндустриальные формы занятости, такие как дистанционная работа, фриланс, заемный труд. Существующий кодекс усиливает дифференциацию между безработными и работниками, давая преимущества последним и препятствуя социально-профессиональной мобильности [8, С. 149].

В заключении важно отметить, что механизм заемного труда требует не запрета, а легализации, направленной на соблюдение прав и интересов всех

участников этого процесса. Российские работники заемного труда должны иметь равные возможности с европейскими заемными работниками по реализации потенциала социально-профессиональной мобильности.

#### **Список использованной литературы**

1. Федеральный закон от 05.05.2014 N 116-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ" (ред. от 06.05.2014)
2. Глобализация мирового хозяйства: Учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф М.Н. Осьмовой, д-ра экон. наук Г.И. Глущенко. - 2-е изд. - М.: ИНФА-М, 2014.-389с., С. 186
3. Гусов К. Н. "Международное трудовое право. Учебник". Изд-во: Проспект, 2014, 588 стр., С. 431, ISBN 978-5-392-07450-1
4. Заемный труд: последствия для работников / П.В. Бизюков, Е.С. Герасимова, С.А. Саурин. — М.: АНО «Центр социально-трудовых прав», 2012. — 184 с., С. 13, ISBN 978-5-9903457-2-0
5. Ивахнюк И. В. "Управление трудовой миграцией: противоречивые уроки глобального кризиса" // Век глобализации. Выпуск №2(10)/2011, С. 109-112
6. Конвенция МОТ № 181 «О частных агентствах занятости» (ред. от 19.07.1997), Ст.1
7. Лушников А. М. "Юридическая конструкция "гибкობильности" трудовых отношений как ответ на вызовы 21 века", // Журнал "Юридическая техника", Выпуск № 7-2, 2013., С. 427-431.
8. Стратегия-2020: Новая модель роста — новая социальная политика. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 года. Книга 1; под научн. ред. В.А. Мау, Я.И. Кузьмина. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. — 430 с., С. 149
9. Яцык Ю. А. "К вопросу об использовании лизинга персонала и заемного труда в России" // Журнал "Имущественные отношения в Российской Федерации", Выпуск №11, 2011, С. 39-45
10. Tiraboschi M. Deregulation and Labour Law in Italy // R. Blanpain (ed.). Deregulation and Labour Law. Kluwer Lwa International. Printed in Great Britain. — 2000. — P. 69.

## **ОЦЕНКА РОЛИ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА**

**Ларина Н.Н.**

*студентка 5 курса кафедры социологии и политологии  
Воронежский государственный университет  
г.Воронеж, РФ*

### **КЛУБНЫЙ БИЗНЕС ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В БОЛЬШОМ ГОРОДЕ**

Со становлением рыночной экономики в России, как среди потребителей услуг так и среди предпринимателей особую популярность приобрела сфера услуг направленных на организацию отдыха граждан. Особенно популярными стали такие виды ведения бизнеса как индивидуальное предпринимательство (ИП). Сегодня именно под такой "вывеской" регистрируются многочисленные клубные формы отдыха, и их невозможно отобразить в статистике, как какую-то клубную форму деятельности, даже рассчитать выборочную совокупность. Кто же такой "индивидуальный предприниматель"? Индивидуальный предприниматель - физическое лицо, зарегистрированное в установленном порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица [1]. Как выяснилось в ходе проведения социологического исследования на тему «Отдых воронежской молодёжи в ночных клубах» (2014-2015 г. выборка составила 400 человек – анкетирование, 12 человек – глубинное интервью) ночные клубы так же, как и перевозчики граждан, представители издательской и творческой деятельности и т.д., регистрируются как ИП. Но, в ходе изучения данной темы в течении 2-х лет, обнаружилось, что время существования отдельных или основной массы ночных клубов может быть достаточно коротким. В связи с чем, появился интерес ко времени существования таких заведений с точки зрения распространенности услуг в районах города, удовлетворенности граждан (молодежи, прежде всего), причин исчезновения предприятий такого рода и т.п., то есть социальная значимость такого бизнеса. К примеру, во время изучения клубного отдыха, клубная инфраструктура города претерпевала кардинальные изменения, которые выражались в закрытии одних клубов и открытии, прямо на прежнем месте новых, в том числе в результате смены владельцев. При этом, некоторые клубы, сохраняя своё географическое расположение, меняли владельца/название, другие меняли адрес пребывания преимущественно в пользу движения к центральной части города, третьи же исчезали вовсе. В связи с этим появилась потребность в объяснении сложившихся тенденций, и объяснения её причин. Так как обнаруженная текучесть форм и топологии ставит потребителей услуг в неудобную позицию постоянного поиска привычных мест отдыха, данный вопрос не только экономический.

Структура спроса отдыха в ночных клубах состоит из таких аспектов как: культурный, материально-технический, смысловой и коммуникативный. То

есть, подразумевается, что клубный отдых формируется из возможностей культурного просвещения (музыкальное оформление, специфический язык посетителей и организаторов отдыха, приобщение к культурам других стран через их национальную еду и т.д.), комфорта и доступности. Все это должен обеспечить материально-технический аспект, чтобы отдых состоялся. Естественно, заведение должно иметь какую-либо смысловую значимость: проведение концертов, праздников, конкурсов, возможность наладить личную жизнь, получение новой информации, общение, в чем участвует и престиж, складывающийся в глубинах общественного мнения и т.д. Для посетителей, важна и возможность осуществления коммуникации, потому как ночной клуб является общественным местом.

Материально-технический аспект содержания отдыха также состоит из нескольких элементов. Имеют значение для представителей разных слоев городской молодежи и ценовая политика заведения, и доступность для посетителей с различными уровнями доходов, топологическая доступность с точки зрения размещения в районе города, удаленном или приближенном относительно "спального" массива. В перечень показателей может входить спектр цен за входной билет, за напитки, за еду, за какие-либо дополнительные услуги, к примеру оплата места VIP и т.п.

Географическое расположение клуба, в пределах города то есть близость/удаленность от центра города, транспортная доступность к месту жительства, концентрация ночных клубов в районах города и т.п. Также стоит отметить, что достаточно важным моментом в данном аспекте является то, насколько доступна для молодежи та ценовая политика, которую предлагают ночные клубы города. Важен вопрос альтернативы: есть ли альтернатива выбора исходя из материальных возможностей. Кроме всего прочего наличие/отсутствие танцпола/чил-аута, световое и музыкальное оформление, профессионализм обслуживающего персонала и наличие face-контроля всё это будет индикаторами материально-технического обеспечения заведения.

На все элементы структуры содержания отдыха в ночных клубах влияют объективные и субъективные факторы [2, с. 25]. Объективные факторы – это те, которые формируют отдых в зависимости от человеческого фактора т.е. особенности воронежской молодежи, а объективные факторы те, которые не зависят от конкретного человека, т.е. нормативно-правовая база, экономическая ситуация и т.п. Общие – факторы влияющие на всю клубную инфраструктуру и на содержание отдыха в ночных клубах вообще, в масштабах страны, а специфические факторы – формирующие отдых в конкретном регионе, как в нашем случае в городе Воронеже

Среди объективных факторов спроса отдыха в ночных клубах можно выделить: нормативно-правовые факторы; статусно-типологические; экономические и информационно-рекламные. В свою очередь все перечисленные объективные факторы можно разделить на общие и специфические.

Рассмотрим поподробнее некоторые экономические факторы. Как и для любого другого государства с рыночной экономикой, для России достаточно

большую роль играют экономические факторы, в том числе и относительно эффективности и социальной выгоды проведения гражданами свободного времени. В этой связи выделим общие экономические факторы содержания отдыха молодых воронежцев в ночных клубах: 1) помпезность или наоборот – скромность оформления ночного клуба (имеется в виду внешний вид – фасадной части, и внутренний – интерьер, благоустроенность, освещение, музыка, наличие караоке и т.п.), 2) ценовая политика ночных клубов; 3) уровень жизни посетителей и др. А так же специфические экономические факторы содержания отдыха в ночных клубах: уровень жизни молодёжи в регионе, соотношение ценовой политики клубов и финансовых возможностей воронежской молодёжи, источники доходов молодёжи, количество дорогостоящих и демократических клубов и их пропорциональное соотношение. Использование данных показателей и индикаторов обогащает экономический анализ, позволяет сделать образ клубов более жизненным, социально-полезным.

Все воронежские клубы имеют свои особенности, которые определяют аудиторию потребителей, так например мужские ночные клубы, студенческие и достаточно демократичные клубы, ночные клубы для представителей богемы, ночные клубы которые позиционируют себя как кафе-бары. Разграничить клубы по представленным категориям позволяет наличие фейс-контроля, дресс-кода, чил-аута, караоке, стриптиза и т.п.[3]. Ценовая политика клубов за средний чек составляет 850 рублей [4], что вполне доступно при учёте, что средний заработок по Воронежской области по данным Воронежстата составляет около 22000 рублей в месяц на 2013 год [5], а частота посещения клубов одним индивидом в среднем не превышает 4-х раз в месяц [промежуточные данные исследования]. Не смотря на то, что ночные клубы, как вид отдыха, с экономической точки зрения можно считать доступными для населения, наблюдения показывают, что клубы динамичны, как во времени, так и в пространстве.

Причины этого явления могут быть различными. Во-первых, это превышение средней стоимости услуг несоизмеримое с возможностями населения, в связи с чем такие клубы не популярны среди потребителей. Во-вторых, это инспирирование популярности за счёт ребрендинга. В-третьих, установление слишком низких цен, которые формируют негативный имидж клуба среди потенциальных потребителей, путем привлечения клиентов с низкой культурой. В-четвёртых, центростремительная динамика ночных клубов, в целях привлечения большего числа потребителей. Следовательно, роль маркетинга в формировании экономического потенциала ночных клубов неоднозначна и требует обязательного социологического анализа-эскорта. Экономическая эффективность клуба определяется выбранной маркетинговой стратегией лишь частично и зависит от правильно, и вовремя проведенных социологических исследований среди потенциальных потребителей с учетом подвижности инфраструктуры.

### Список использованной литературы

1. Юридический словарь [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о толковых юридических, экономических словарях и т.п. – Электрон. дан. (14 файлов, 1 запись). – [2014]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/lower/15059>
2. Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы. М., 1987 .
3. Ночные клубы Воронежа [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения об адресах развлекательных заведений. - Электрон. дан. (1 файл, 10 записей). - Воронеж, [2012]. - Режим доступа: <http://bloknot-voronezh.ru/nochnyie-klubyi>
4. Ночные клубы Воронежа [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения об адресах развлекательных заведений, о средней стоимости предоставляемых клубами услуг. – Электрон. дан. (1 файл, 16 записей). – Воронеж, [2015]. – Режим доступа: <http://2gis.ru/voronezh/search/ночные%20клубы/filters/tab/firms>
5. Распределение населения Воронежской области по размеру среднедушевого денежного дохода и основные показатели дифференциации населения в 2013 году [Электронный ресурс] : база данных содержит информацию о среднедушевом денежном доходе по Воронежской области. - Электрон. дан. (1 файл). - Воронеж, [2013] - Режим доступа: <http://voronezhstat.gks.ru>

**Левощич Н.В.**

*доцент, к.э.н., кафедра «Маркетинг и логистика»  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
г. Москва, Россия*

### **ВЬЕТНАМ – АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОГО РЫНКА**

В данном материале будут проанализированы различные сегменты вьетнамского рынка с целью выведения наиболее благополучных мест для ведения маркетинговой деятельности.

В основе материала лежит конкретная страна, т.е. Вьетнам, то прежде всего, необходимо предоставить информацию о стране в целом. Социалистическая Республика Вьетнам – это государство в Юго-Восточной Азии с населением 89,7 млн. чел. Территория составляет около 330 тыс. кв. км. Столицей является г. Ханой.

СРВ – парламентская республика. Высший орган законодательной власти - однопалатное Национальное собрание, в которое избирается 500 депутатов на 5 лет. Председатель Национального собрания СРВ - Нгуен Шинь Хунг (избран в 2011 году). Глава государства - Президент, избираемый Национальным собранием СРВ из числа депутатов. Президент СРВ – Чыонг Тан Шанг (избран в 2011 году).

Высший орган исполнительной власти – Правительство СРВ во главе с Премьер-министром. В настоящее время Премьер-министром является Нгуен Тан Зунг.

Вьетнам является членом региональных экономических организаций - АСЕАН, АТЭС, АСЕМ, а также с 2007 г. - член ВТО.

По данным Международного валютного фонда, Вьетнам стоит на 57 месте среди 187 государств по объему ВВП, активно участвует в международных интеграционных процессах, а также выступает одним из ведущих мировых производителей риса, кофе, черного перца, натурального каучука.

Структура ВВП отражает тенденцию увеличения темпов роста сферы услуг, что соответствует стратегической программе социально-экономического развития страны на период 2011-2020 гг. [1]

В целом, хочется отметить, что маркетинговый рынок в стране имеет огромный потенциал, и данный рынок является привлекательным для многих иностранных компании. Уже сейчас огромное количество организации осуществляют свою маркетинговую деятельности по всей стране. Но также этот фактор сдвигает назад маркетинговую деятельность многих национальных компании. Помимо прочего, ограниченность в методах проведение маркетинговой политики, так и отставании в технологиях не позволяют, пока, национальным компаниям стать на одной ступени с иностранными .

В данной работе были проведены анализы различных сферах экономики Вьетнама, которые могут привлечь, как и вьетнамских, так и иностранных инвесторов к осуществление своей маркетинговой деятельности.

#### *Туризм*

Туризм является одной из ведущих отраслей для привлечения потребителей. Вьетнам — одно из самых безопасных мест в Азии, Уровень криминала крайне низок, а также огромная поддержка со стороны государства для привлечения туристов. Очень строго наказываются граждан Вьетнама при применении каких либо противоправных действия против туристов (вплоть до расстрела). Другим не менее важным аспектом является низкие цены на самые различные услуги и продукции. В стране достаточно обширная сеть национальных парков, заповедников и заказников с живописными озерами, водопадами, гротами. Все эти, а также другие положительные черты, безусловно, являются привлекательным для потребителей данной сферы, и с каждым годом количество посетителей только растет.

Оборот на 2013 год в данной сфере составляет 1,6 млрд. долларов, что выросло на 3 % по отношению к 2012 году. Так же государство приняло Комплексный план развития туризма ,что является благоприятным признаком для развития данной отрасли. Несмотря на достаточно большой конкуренции мировых компании, маркетинговый рынок имеют лишь развивающий характер. Фактически, информированность о той или иной территориальной местности крайне мала. Проведя интернет исследование, можно сделать вывод , что в основном на сайтах были описаны туризм лишь в целом.

#### *Фармацевтический рынок и здравоохранение*



Business Monitor International (BMI) прогнозирует, что объем вьетнамского фармрынка будет составлять 6,1 млрд. долларов к 2019 г. — сравнительно с 1,4 млрд. долларов в 2013 г.<sup>2</sup> В течение прогнозируемого периода, динамика населения Вьетнама значительно изменится с положительным эффектом на вьетнамский рынок. Молодое население Вьетнама будет стареть, продолжительность жизни увеличится. 2019 г. BMI ожидает увеличение населения страны до более 100 млн. Эти факторы будут способствовать спросу и, в результате, затраты на лекарства на душу населения вырастут, согласно прогнозу, с 16,13 долларов в 2013 г. до 60,30 долларов в 2019 г.

Местная фармацевтическая отрасль постоянно будет играть важную роль в расширении рынка. Технологическое улучшение фармзаводов, соблюдение международных стандартов и развитие партнерства с транснациональными компаниями являются необходимыми для того, чтобы вьетнамские фирмы смогли соответствовать планам правительства по обеспечению 60% внутреннего спроса к 2015 г. Большой прогресс наблюдался в последние месяцы. Например, стало известно, что сейчас Вьетнам независим в производстве отечественной вакцины от кори. Другие положительные моменты, такие как доклинические испытания вакцины от свиного гриппа, произведенной Pasteur Institute, являются признаком прогресса местных производителей.

Начавшийся прогресс в данной сфере требует хорошей маркетинговой стратегии. Пока же в основе лежит лишь телевизионные рекламы, и лишь изредка в просторах интернета

#### *Сельское хозяйство*

Сельское хозяйство по-прежнему остается одной из важнейших отраслей экономики Вьетнама. Большинство возделываемых земель отведены под посевы риса, которого здесь выращивают около 1 500 различных сортов. Помимо риса неосновными культурами являются арахис, кукуруза, бобовые, маниок, батат, кунжут, кокос, сахарный тростник. Из непродовольственных культур выращивают сыть, рами, джут, шелковицу, хлопчатник. Распространено выращивание чая, кофе, табака, имбиря, черного перца. Экзотические фрукты представлены огромным разнообразием сортов, выращиваются овощи и пряные травы.

В 2013 г. стоимость произведенной продукции сельского, лесного и рыбного хозяйства составила 38 млрд. долл. США (в ценах 2010 г.), что на 2,95% больше уровня 2012 г. В том числе, в самом сельском хозяйстве произведено продукции общей стоимостью 27 млрд. долл. США.

Темпы роста сельского хозяйства – 3% в отчетный период снизились по сравнению с 2012 г., когда объем производства был отмечен приростом в 3,4% по сравнению с 2011 г. Главной причиной является недостаточное государственное финансирование и низкий уровень инвестиций. Доля прямых иностранных инвестиций в сельское хозяйство в 2013 г. составила всего 3% от общего объема прямых иностранных инвестиций (FDI).[2]

Прежде всего, Вьетнам является одним из самых больших экспортеров риса. Но из-за фактического отсутствия какого-либо маркетинговой политики в данной сфере, многие национальные компании терпят убыток. В данный момент очень важно принять меры для грамотного донесения до покупателей главные продукции.

В заключение хочется отметить, что в данных сферах необходимы различные подходы для осуществления маркетинговых деятельности. Развивающийся рынок Вьетнама может стать отличной платформой для многих маркетинговых компаний.

#### **Список использованной литературы**

1. Официальный сайт Торгового представительства Российской Федерации во Вьетнаме URL:[http://vietnam.ved.gov.ru/information/economy\\_fin/](http://vietnam.ved.gov.ru/information/economy_fin/) (дата обращения: 02.03.2015)

2. Официальный сайт исследовательской компании Abercade URL:<http://abercade.ru/research/industrynews/3318.html> (дата обращения: 03.03.2015)

3. Экспертная площадка открытого обсуждения «Фарма 2020» URL:<http://www.pharma2020.ru/search.html?text=%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD&page=2&pharma2020=35066b78c433fec1293adcbc59d4ebb> (дата обращения: 03.03.2015)

4. Антонив Ф.И., Легович Н.В. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ДЕТСКОГО ОТДЫХА НА ПРИМЕРЕ РОССИИ // Экономика и социум. -2014. -№ 2 (11) (Электронный журнал) URL: [http://iupr.ru/domains\\_data/files/zurnal\\_11](http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_11) (дата обращения: 10.03.2015)

**Лапицкая Л.В.,**

*к.э.н., доцент, директор по маркетингу компании «Рандеву»*

*г. Ульяновск, РФ*

**Луколина С.Д.,**

*аспирант кафедры управления*

*Ульяновский Государственный Университет*

*г. Ульяновск, РФ*

**Лапицкий А.В.**

*Директор консалтинговой компании «proMARKETER»*

*г. Ульяновск, РФ*

### **БЕНЧМАРКИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

В современных условиях ожесточенной конкуренции на рынке для выживания и эффективного развития среди предприятий всех форм собственности наблюдается все более активное применение технологий бенчмаркинга [1, С.60.]. Поставив перед собой цель оценить уровень освоения бенчмаркинг-технологий на региональных предприятиях г. Ульяновска, мы

для ее реализации провели опрос руководителей и специалистов маркетинговых служб г.Ульяновска. Для участия в опросе были выбраны те компании Ульяновского региона, которые являются крупнейшими, ведущими предприятиями, имеют в своей структуре развитую службу маркетинга, т.е. список респондентов был сформирован на основе бенчмаркингвого подхода. В выборку вошли предприятия строительной отрасли, банковской сферы, автомобильного направления, предприятия производства мебели, молочной продукции и т.д.

В начале опроса мы уточняли у респондентов, знают ли они, что такое бенчмаркинг и получили 100%-ный утвердительный ответ. Следующий вопрос был посвящен определению сфер деятельности, где наиболее эффективно использовать технологии бенчмаркинга (рис. 1). Специалисты региональных предприятий считают, что технологии бенчмаркинга являются пока достаточно узкоспециализированными: их применение эффективно только в ограниченных сферах, таких как туристический комплекс (31%), торговля (44%), и всего лишь 13% респондентов считают, что они являются универсальным инструментом для совершенствования деятельности в любой сфере.

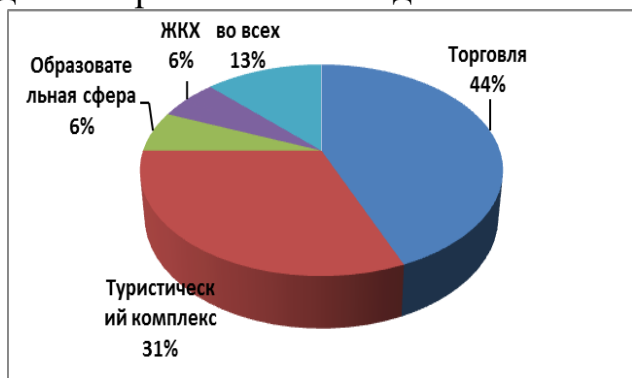


Рис.1. Структура ответов респондентов на вопрос анкеты «На Ваш взгляд, в каких сферах деятельности наиболее популярно, эффективно использовать технологии бенчмаркинга?»

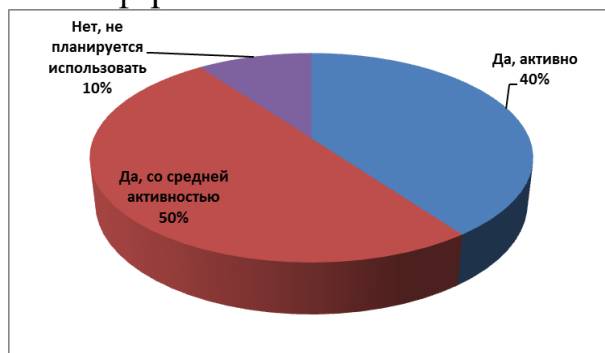


Рис.2. Структура ответов респондентов на вопрос анкеты «Используете ли технологии бенчмаркинга на Вашем предприятии?»

Следующим вопросом мы уточнили уровень активности освоения и применения технологий бенчмаркинга на исследуемых предприятиях (рис. 2). Наибольшая доля респондентов использует бенчмаркингвые технологии со средней активностью (50%), чуть меньше (40%) считают, что активно осваивают бенчмаркингвый инструментарий и, наконец, только 10% опрошенных не используют и не планируют использовать данный инструмент в своей работе. Тем самым, с одной стороны, полученные результаты показывают достаточно активное освоение региональными предприятиями данного инструментария. С другой стороны, когда в следующем вопросе мы попросили респондентов оценить уровень качества используемых бенчмаркингвых технологий (рис.3), то подавляющее число респондентов отметила их низкий уровень (56%), и равная доля респондентов указала на высокий и средний уровень (22%). При этом наиболее крайние

оценки («крайне низкий» и «очень высокий») респондентами не использовались.

Далее изучалась функциональная область применения технологий бенчмаркинга на региональных предприятиях (рис. 4). Респонденты выделили маркетинговую деятельность (54%) как наиболее активную область использования бенчмаркинговых технологий, чуть менее популярной стала область – «Производственная деятельность» (38%), на кадровую деятельность указало лишь 8% среди опрошенных, и ни один из респондентов на своем предприятии не использует инструменты бенчмаркинга в финансовой области.

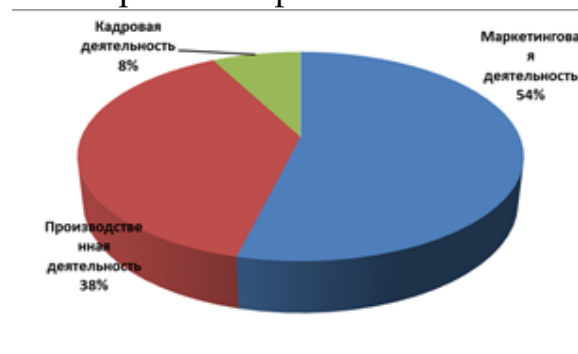
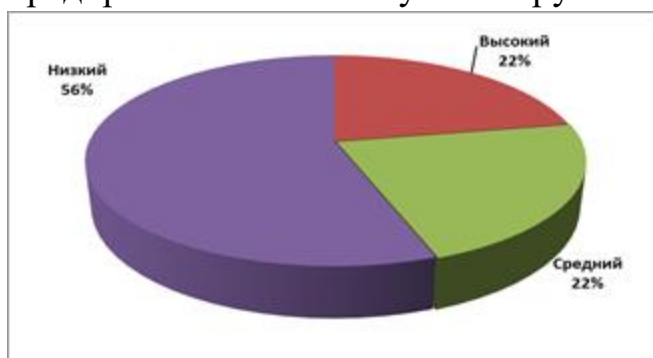


Рис.3. Структура ответов респондентов на вопрос анкеты «Оцените уровень качества применения технологий бенчмаркинга на Вашем предприятии?»

Рис.4. Структура ответов респондентов на вопрос анкеты «В каких областях деятельности применяете бенчмаркиновые технологии на Вашем предприятии?»

Дальнейшим аспектом исследования стало изучение вопроса - какие именно бенчмаркинговые технологии используются на предприятии и с помощью каких информационных источников осуществляется их поиск. Мы сгруппировали предложенные участниками исследования варианты, и наиболее популярными ответами стали следующие: анализ сайтов конкурентов, отраслевые выставки, полиграфическая информация конкурентов, изучение статей и журналов, внутренний бенчмаркинг. Проанализировав полученные данные, мы также выполнили группировку и определили, какие именно виды бенчмаркинга используются на региональных предприятиях (рис. 5)

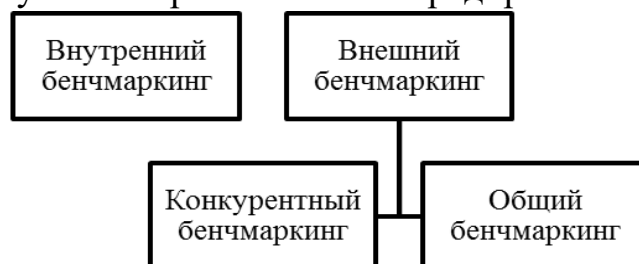


Рис.5. Виды бенчмаркинга, которые используются на региональных предприятиях

В рамках исследования участники указали факторы, сдерживающие более глубокое применение бенчмаркинга на региональных предприятиях: закрытость информации у некоторых конкурентов-лидеров отрасли, сложность внесения корректировок в четко отлаженный бизнес-процесс, нехватка кадрового ресурса для проведения исследований.

Наконец, российская экономика, как на настоящем этапе, так и в прошлом, вошла в состояние кризиса. В этой связи мы посчитали важным уточнить, снижается ли в период кризиса интерес к бенчмаркингу и были в определенной степени удивлены полученным результатом. Исследование показало, что 85% респондентов и в эпоху кризиса активно интересуются бенчмаркинговым опытом, но с ориентацией на поиск именно того, который демонстрирует лучшие решения выхода предприятий из состояния кризиса.

На основе проведенного анализа, нами были разработаны рекомендации, направленные на повышение активности в использовании маркетинга на региональных предприятиях:

- поиск эталонных компаний целесообразно осуществлять на основе разнообразных методических подходов, подразумевающих активное использование как кабинетных маркетинговых исследований (через использование и традиционных способов получения информации, и нестандартных через участие и анализ конкурсных систем, выставок и др.), так и полевых;

- результатом реализации поискового этапа должно стать формирование банка данных о передовом опыте выбранных компаний-эталонов, который необходимо систематизировать (например, с помощью такого инструмента как контрольный лист и др.). Сравнительный анализ полученных данных целесообразно проводить с учетом той управленческой подсистемы предприятия, которая послужила основой для выбора объекта бенчмаркинга, что предполагает применение разнообразных методик;

- активизации интенсивного и экстенсивного освоения бенчмаркинга на региональных предприятиях может способствовать внедрение зарубежного опыта в эти процессы, например, по созданию бенчмаркинговых сообществ (ассоциаций, центров), способствующих накоплению передового опыта об эталонной практике компаний, которые являются их участниками, что в целом будет способствовать упрощению проведения процедуры бенчмаркинга с одновременным снижением затрат на поиск соответствующей информации;

- повышение качества бенчмаркингового процесса обеспечит два новых стратегических подхода: с одной стороны, внедрение в поисковые бенчмаркинговые процедуры изучение эталонного опыта компаний-участников конкурсных бизнес-систем, с другой, непосредственное участие в данных конкурсах в целях эталонизации результатов собственной практики с дальнейшим ее распространением на сайтах, в СМИ, через проведение профильных семинаров, конференций, форумов [2, С.31].

Таким образом, использование рекомендаций, по нашему мнению, позволит увеличить активность использования бенчмаркинга, что предоставит региональным предприятиям новые возможности для отслеживания наилучших достижений в различных областях.

#### **Список использованной литературы**

1. Лапицкая Л.В., Лапицкий А.В., Луконина С.Д. Бенчмаркинг и конкурсные маркетинговые системы: формирование конкурентных эталонов // "Управленец", 2011, № 11-12(27-28) – С. 60-63.

2. Лапицкая Л.В. Конкурсные системы в маркетинге как фактор развития бенчмаркинга // Практический маркетинг, 2011, №9. – С. 31-41.

**Родина Е.А.**

*Студент направления «Государственное и муниципальное управление»  
Кубанский Государственный Университет  
г. Краснодар, РФ*

## **ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ**

В условиях высокой динамики изменений во внешней среде, приводящих к глубоким кризисным явлениям, быстрого развития конкуренции (как в плане появления новых специфических форм конкурентных отношений, так и в плане роста числа их участников) корпоративное управление должно осуществляться на системной основе с использованием эффективных инструментов инновационного развития. Это возможно через разработку и реализацию корпоративной политики, направленной на повышение конкурентоспособности, формирование новых и усиление имеющихся конкурентных преимуществ.

Стратегический анализ сильных сторон и возможностей развития конкурентоспособности корпоративных структур Краснодарского края, проблем и факторов, препятствующих формированию и реализации конкурентных преимуществ, проведенный на уровне отраслей экономики с учетом их взаимного влияния друг на друга, выявил ряд ключевых проблем, на решении которых необходимо сконцентрировать усилия. К основным из них можно отнести низкую конкурентоспособность производимой продукции, недостаточный уровень развития транспортной и коммунальной инфраструктур, низкий уровень доходов населения, значительную долю населения с доходами ниже прожиточного минимума, отсутствие эффективных корпоративных систем менеджмента качества и др.

Важнейшей задачей обеспечения конкурентоспособности все чаще начинает обозначаться повышение качества корпоративного управления как основное конкурентное преимущество, рассматриваемое относительно развития следующих трех сфер – экономической, социальной и экологической. Особое внимание следует уделять достижению таких характеристик качества управления как разработка Политики качества управления инновационным развитием; достижение лояльности персонала и потребителей; взаимоотношения с органами государственного и муниципального управления; взаимодействие, партнерство с некоммерческими организациями; формирование имиджа корпорации; компетентность, прозрачность принимаемых решений; внедрение инновационных инструментов и технологий корпоративного менеджмента (аутсорсинг, бенчмаркинг, интегральные системы менеджмента, оценочные системы SAF, KPI и т.п.) и др.

Позиционирование – создание определенного образа корпоративной структуры в глазах общественности и, в частности, потенциальных инвесторов,

который бы выгодно отличал его от других субъектов – оказывает прямое влияние на имидж, и, впоследствии, на репутацию. Деятельность в этом направлении предполагает создание позитивного образа как основы для развития и продвижения привлекательного имиджа для инвестиционных вложений и повышения общей привлекательности корпорации. Маркетинговый подход и метод активного позиционирования позволят усилить конкурентоспособность хозяйствующих субъектов. Процессы инновационного развития осуществляются сегодня в условиях разбалансированности отечественной экономики, что приводит к обострению проблемы качества и конкурентоспособности продукции.

Качество продукции (услуг) является не только результатом, но и одновременно обобщающей характеристикой деятельности компании. На этот результат «работает» вся система корпоративного управления, включающая проектный, инвестиционный, производственный, финансовый, кадровый и другие виды специального менеджмента. Таким образом, инновационные управленческие технологии являются важным фактором повышения качества продукции и услуг, обеспечения конкурентоспособности предприятия в целом.

Так, практически любая корпорация (компания, организация) под воздействием изменений со стороны внешних факторов сталкивается с необходимостью немедленного и адекватного изменения своих структуры и функций. От того, насколько правильно организация проведет эту работу, напрямую зависит ее конкурентоспособность, а, следовательно, жизнеспособность. Поэтому системно-комплексный подход к управлению качеством, сегодня является признанным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Система корпоративного менеджмента конкурентоспособного предприятия определяется выработанной по результатам анализа стратегией развития. Сложность этого процесса состоит, в частности, в том, что изменения в стратегии приводят к возникновению и соответственно к необходимости устранения новых административных, технологических и других проблем.

В этих условиях для эффективной организации производства конкурентоспособной продукции все более актуальным становится создание на предприятиях систем обеспечения качества продукции, соответствующих требованиям МС ИСО 9001-2010. Их сертификация сегодня очень важна для проведения переговоров с зарубежными заказчиками. Потребитель же рассматривает это условие как гарантию, что качество поставляемой продукции будет стабильным и устойчивым. В этих условиях система качества, по сути, являясь функциональной подсистемой корпоративного менеджмента, развивается самостоятельно, но в параллельных плоскостях [1].

Развитие любой компании происходит на фоне непрерывного усложнения всех основных элементов — организационной структуры, стиля руководства, рынков, систем мотивации, организации работы и др. Поэтому в результате создания новой стратегии развития и последующего реформирования непрерывно обновляется (и усложняется) модель, как корпоративного менеджмента, так и менеджмента качества.

Поиск наиболее эффективных форм и методов работы на предприятиях для обеспечения преимуществ в жесткой конкурентной борьбе привел к развитию концепции «Всеобщего менеджмента качества» (далее – TQM). Данная концепция представляет собой стратегическое направление совершенствования систем качества для многих фирм, является комплексной системой, ориентированной на постоянное улучшение качества, минимизацию производственных затрат и поставку товара точно в срок. Оптимальное сочетание этих факторов и будет предопределять наивысший уровень конкурентоспособности продукции [2].

Для российских организации в условиях становления рыночной экономики, большую роль в обеспечении конкурентоспособности продукции и предприятий стали играть конкурсы на соискание премий Правительства РФ в области качества, региональных администраций (в частности, Краснодарского края), в основу модели которой заложены принципы TQM: ориентация на потребителя; лидерство руководства и последовательность в достижении целей;

менеджмент на основе понимания процессов и фактов; вовлечение персонала;

непрерывная познавательная деятельность и инновации; развитие партнерства;

взаимодействие с обществом и ориентация на результат. Данные оценочные критерии имеют большое значение для определения направлений и методов совершенствования работы не только по качеству, но и в области реструктуризации системы корпоративного менеджмента.

Практика прошедших лет показала, и это особенно важно, что критерии премии используют в качестве ориентиров не только участники конкурса. Самооценка на основе модели премии позволяет любой организации независимо от формы собственности, размера, отраслевой принадлежности и уровня развития, в том числе и не участвующей в конкурсе, получать всестороннюю картину своей деятельности, ее результатов и на этой основе определять направления своего дальнейшего развития и совершенствования. Именно через призму критериев премии видна особая значимость таких важнейших факторов современного менеджмента, как личная вовлеченность руководителей в работу по качеству, стратегическое планирование на основе всесторонней информации, оценка удовлетворенности потребителей и персонала, лидирующая роль руководства в деятельности по постоянному совершенствованию системы менеджмента организации, разработка и актуализация политики и стратегии в рамках ключевых процессов, планирование и улучшение работы с персоналом, менеджмент процессов на основе ожиданий потребителей, влияние организации на общество, удовлетворенность потребителей организацией качеством ее продукции и некоторые другие [3].

Как нам представляется, первоосновой качества и конкурентоспособности продукции, конкурентного статуса предприятия должно стать создание гибкой мобильной высокоэффективной системы корпоративного менеджмента, использующей принципы, методы и инструментарий TQM, а также критерии



Российской и региональных премий в области качества. В противоположность постоянному улучшению, которое постепенно «накапливает» эффективность, корпоративный менеджмент, основанный на этих принципах, совершает «прорыв», дает резкое повышение эффективности, результативности.

#### **Список использованной литературы**

1. ГОСТ ISO 9001-2011. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования //Информационная система «Гарант» URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения: 20.01.2015)

2. Деминг Э. Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми и процессами / Эдвардс Деминг. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 419 с.

3. Родин А.В. Интегрированные системы корпоративного менеджмента. В кн.: Актуальные проблемы управления корпорацией и человеческим капиталом в экономике знаний: сб. науч. тр./ под ред. С.Д. Фалько. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. Вып.3. – 414с. С.122-140

## **ЭКОНОМИКА ТРУДА. УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

**Коркин Р. И.**

*Аспирант 2-го курса*

*АОУ ВПО «Государственный институт  
экономики, финансов, права и технологий»*

*г. Гатчина Ленинградской области, РФ*

### **ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Формирование отрасли и культуры управления персоналом, в нашей стране происходит не так профессионально, как хотелось бы. При анализе отечественных и зарубежных авторов, в которых содержатся результаты исследований в области управления персоналом и построения карьеры, который показал, что в странах с высоким показателем ВВП управление персоналом давно стало уже не только составной частью подготовки руководителей и специалистов всех уровней, но и необходимым компонентом системы образования в целом, одной из важнейших экономических дисциплин. Сотрудники, обладающие профессиональной подготовкой и компетенцией, творческим потенциалом, эрудицией, опытом работы и практическими наработками, деловой активностью и морально-деловыми качествами для любой организации, это важнейшее условие реализации ее целей и делового преуспевания, скорейшего получения конечных результатов труда с минимальными затратами.

Систему управления персоналом можно разделить на две условные группы. В первую подгруппу входят структура и численность, подбор и расстановка, повышение квалификации и аттестации кадров. Эту подгруппу можно назвать кадровой политикой.

Вторая подгруппа включает вопросы по планированию, организации, мотивации и стимулированию, учету и контролю их работы и собственно управления кадрами (кадровым персоналом), то есть динамической характеристикой кадров

Основными показателями состояния системы кадров являются специальность и профессия работника.

Специальность – это категория, означающая нормативно закреплённую за сотрудником область применения его интеллектуальных и физических сил и определяется предметным содержанием программы обучения и опытом работы, которая характеризует деятельность, требующая определенных знаний, умений и навыков. Профессия – вид трудовой деятельности, требующей от человека определенной специальности.

Сотрудники – самый ценный актив каждой организации, который необходимо оберегать, развивать и применять для достижения конечных целей. Какие характерные качества представляет собой персонал, напрямую зависят экономические, социальные и другие возможности организации.

Персонал организации как социальная группа проходит несколько стадий в своем развитии: формирование, изменение и развитие в зависимости от этапов

становления компании. На разных этапах, жизненный цикл компании протекает по-разному.

Первый этап – «стартовый»- для которого характерны высокая неопределенность, необходимость больших усилий и создание практически всего с нуля,

Второй этап – «бурного развития» - организация развивается быстрыми темпами, требуются профессиональные сотрудники, происходит увеличение численности персонала,

Третий этап – «зрелости» - происходит текущее эволюционное развитие и быстрого роста уже нет,

Четвертый этап – «угасания» - направление, которым занимается организация становится неперспективным, в силу чего перестает функционировать.

В связи с разными этапами развития организации, происходит разные методы управления карьерой. [1]

На основе анализа деятельности ряда организаций можно выделить следующий перечень приоритетов деятельности:

назначение на должность руководящего состава в основном действующих сотрудников организаций, а не приглашение специалистов извне,

нацеленность на результат при достижении поставленных задач,

предоставлении благоприятной внешней среды и условий труда,

одобрение руководством обсуждения работниками поставленных задач, целесообразности и убедительности решений,

стремление найти сотруднику подходящую работу вследствие вынужденной оптимизации кадров,

подготовка сотрудников к работе в коллективе и создание определенной культуры делового общения,

постоянное повышение квалификации персонала

Персонал организации – трудовой коллектив, состоящий с организацией как с юридическим лицом в отношениях, регулируемых трудовым договором. [2]

С точки зрения практики работники представляют собой важнейший ресурс организации, реализация трудового потенциала работника налагает на руководство организации решение специальных задач.

Термин «карьера» (от итальянского и франц. *carrière* - бежал) попало в научный обиход из быденного языка. По мнению Н.В. Федоровой, карьера – результат осознанной позиции и поведения человека в области трудовой деятельности, связанной с должностным и профессиональным продвижением.[3]

Карьера представляет собой явление многозначное. Многообразие и неоднозначность явления карьеры отражается и в разнообразии ее видов и подходов к выделению типологии карьеры.

По направлению на значимость для личности профессиональных качеств и должностного «восхождения» условно можно провести деление на профессиональное развитие и служебное продвижение карьеры.

Профессиональная карьера характеризуется тем, что работник организации в процессе профессиональной деятельности проходит различные стадии развития: получение образования, период трудоустройства и адаптации, профессиональный и карьерный рост, поддержку профессиональных способностей, уход на пенсию.

Наряду с профессиональной карьерой существуют и внутриорганизационная карьера. Она охватывает последовательную смену стадий развития работника в рамках одной организации.

Внутриорганизационная карьера реализуется в двух основных направлениях:

Вертикальная – именно с этим направлением чаще всего связывается само понятие карьеры. Под вертикальным направлением карьеры понимается продвижение на более высокую ступень карьерной «лестницы».

Горизонтальная – это либо перемещение в смежную функциональную область деятельности, либо выполнение определенной служебной роли на ступени, не имеющей жесткого формального закрепления в организационной структуре.

В экономической литературе существует несколько точек зрения на содержание процесса управления карьерой. По мнению Е.Г.Молл, «управление деловой карьерой» - это комплекс мероприятий, проводимых отделом кадров по процессу планирования, организации, мотивации и контролю служебного продвижения сотрудника, исходя из его целей и способностей. В свою очередь В.Р. Веснин определяет понятие «управление карьерой» как системное воздействие на процессы формирования и использования человеческих ресурсов в целях обеспечения и полного удовлетворения своих потребностей. [4,5].

Автор разделяет точку зрения Н.В. Федоровой, согласно которой - управление карьерой - вид управленческой деятельности, направленный на формирование должностного или профессионального роста работников в соответствии с внутренними потребностями организации, а также потенциалом и ожиданиями самого работника. [6]

Исходной функцией управления карьерой является взаимосвязь профессиональной и внутриорганизационной карьеры. Это взаимодействие предполагает выполнение конкретных задач:

- связать цели организации и конкретного работника организации,
- спланировать карьеру конкретного работника с учетом его индивидуальных способностей,
- обеспечивать работнику возможность управлять карьерой,
- повышать систему процесса планирования карьеры,
- изучать карьерный потенциал работника,
- определять пути служебного роста,

Таким образом, профессиональная подготовка кадров является залогом успешного развития компании, профессиональной самореализацией ее работников в выбранной ими специальности, высокоразвитой экономикой нашего государства.

## Литература

1. Соколянский В.В. Организационное поведение: учебное пособие. – М.: МГИУ, 2007. – С. 45-49
2. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебник – Москва: Проспект, 2015 С. 214-219
3. Молл Е.Г. – Управление карьерой менеджера – СПб.: Питер 2012 – С. 140-147
4. Бычков В.П. – Управление персоналом: Учебное пособие – М. Инфра-М, 2014 С. 134-139
5. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю., Управление персоналом: учебник. – М.: КНОРУС, 2013. С 357

**Тоненькова Ю.А.**

*студентка 3 курса*

*Московский государственный университет  
информационных технологий, радиотехники и электроники  
г. Москва, РФ*

**Поникаров В.А.**

*к.т.н., профессор кафедры менеджмента  
Московский государственный университет  
информационных технологий, радиотехники и электроники  
г. Москва, РФ*

## МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

В настоящее время в нашей стране труд перестал быть для многих людей смыслом жизни и превратился в средство выживания. В таких условиях трудно обеспечить высокопроизводительный и эффективный труд, рост квалификации сотрудников организации и развитие их инициативы.

Человек включается в общественное производство не только из-за материальной необходимости, но и с учетом самых разных побуждений и интересов. К сожалению, руководители не всегда принимают в расчет социальные последствия принимаемых ими решений, а сами решения часто носят не комплексный, а сугубо экономический или технический характер. При высоких ожиданиях сотрудника, отличных результатах его работы и большой степени удовлетворения полученным вознаграждением у него наблюдается сильная мотивация к эффективному труду.

*Что же такое мотивация персонала?*

Классическое определение мотивации в менеджменте - это процесс побуждения себя и других людей к деятельности для достижения личных целей или целей организации [1, с. 115].

Следует учитывать, что мотивация – это внутренний процесс, происходящий в самом человеке и направляющий его поведение в определенное русло. Этим объясняется неоднозначность восприятия вознаграждения разными людьми и уникальность мотивационной структуры

каждого человека. Теория ориентирует на целый ряд параметров установления мотивационного климата, способствующего эффективному труду сотрудников.

Восприятие справедливости носит ярко выраженный субъективный характер, поэтому желательно, чтобы информация о факторах, определяющих вознаграждение и его величину, была широко доступна всем сотрудникам. Важно учитывать комплексную оценку вознаграждения, в которой оплата труда занимает хотя и важную, но не единственную роль. Кроме этого, мотивирующая роль равенства существует при высоком исполнительском уровне работы организации, в случае низкого исполнительского уровня равенство играет демотивирующую роль.

Американские психологи Лайман Портер и Эдвард Лоулер разработали комплексную процессуальную теорию мотивации. В модели Портера-Лоулера используются пять факторов: затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение и степень удовлетворения. Согласно этой модели достигнутые результаты зависят от приложенных сотрудником усилий, его способностей и характерных особенностей, а также осознания им своей роли в общем деле.

В качестве примера влияния процессуальных факторов на мотивацию сотрудников организаций может служить зависимость процессуальных факторов мотивации в отделении одного из московских банков (см. рис. 1) [2, с. 127].

По структуре мотивации, изображенной на круговой диаграмме, видно, что ведущее место занимают факторы ожидания. Сотрудники считают, что они затрачивают определенные усилия, знают, что эти усилия будут вознаграждены, и вознаграждение имеет для каждого сотрудника свою ценность (валентность). Основное вознаграждение для сотрудников составляет заработная плата, премии, льготы, а также повышение должностного оклада или смена должностного статуса.

Факторы справедливости составляют всего 22% в структуре мотивации. Это свидетельствует о нормальном психологическом климате в исследуемом коллективе и отсутствии зависти сотрудников друг к другу. Очевидно, что этому способствует открытая политика руководства по выплатам заработной платы.

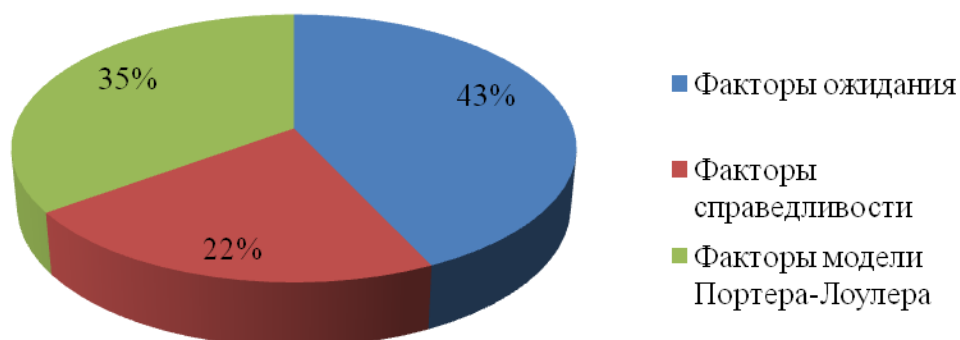


Рисунок 1 – Структура мотивации по процессуальным теориям в отделении одного из московских банков

Факторы модели Портера-Лоулера показывают высокую оценку сотрудниками своих способностей и своего вклада в процесс коллективного труда. Затраченные усилия сотрудники также считают высокими, но справедливость вознаграждения по отношению к результатам своего труда ощущает только четверть респондентов. Этот фактор свидетельствует о тревожных тенденциях в работе.

Рассмотрим еще один пример зависимости процессуальных факторов мотивации в одном из подразделений метрополитена (см. рис. 2).

По структуре мотивации, изображенной на круговой диаграмме, видно, что ведущее место в данном случае занимают факторы мотивации, соответствующие модели Портера-Лоулера. Они свидетельствуют о высокой степени оценки сотрудниками своего участия и своих способностей в процессе коллективного труда. Более половины сотрудников считают затраченные усилия на выполнение работы высокими, но справедливость вознаграждения по отношению к результатам своего труда ощущает только треть респондентов.

Доля факторов ожидания составляет 30%. Сотрудники считают, что они затрачивают определенные усилия, зная, что они будут вознаграждены, и вознаграждение имеет для каждого сотрудника свою ценность (валентность). Основным вознаграждением для сотрудников организации является материальное стимулирование.

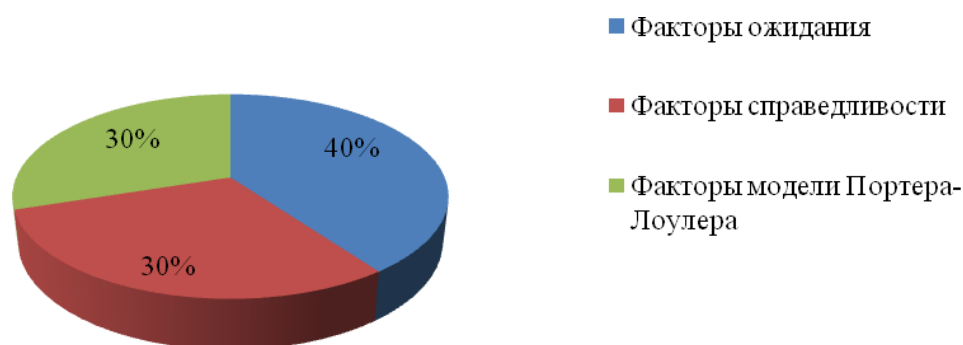


Рисунок 2 – Структура мотивации по процессуальным теориям в подразделении московского метрополитена

Факторы справедливости совпадают с факторами ожидания. Их доля составляет 30% в структуре мотивации. Это свидетельствует о положительном царящем в коллективе социально-психологическом климате и отсутствии чувства зависти сотрудников по отношению друг к другу.

На основании вышеизложенного можно сделать следующий вывод. Вводя в организации изменения, необходимо учитывать существующие потребности сотрудников, которые, несмотря на сложное экономическое положение, не ограничиваются только материальной составляющей, а должны быть представлены во всем своем многообразии. Поэтому, руководителям

организаций, желающим добиться эффективной работы своих сотрудников, следует применять не только методы экономического стимулирования и административного воздействия, но и уделять большое внимание социально-психологическим методам.

#### **Список использованной литературы**

1. Шапиро С. А. Стимулирование и мотивация персонала – <http://www.psi-test.ru/> [глава 1] (дата обращения 07.03.2015)
2. Травин В.В., Дятлов В.А. Менеджмент персонала предприятия. - М.: Издательство «Дело», 2003

**Красивская В.Н.**

*студентка 4 курса*

*Московский государственный университет*

*информационных технологий, радиотехники и электроники*

*г. Москва, РФ*

**Поникаров В.А.**

*к.т.н., профессор кафедры менеджмента*

*Московский государственный университет*

*информационных технологий, радиотехники и электроники*

*г. Москва, РФ*

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ООО «МОТОТЕЛЕКОМ ДИСТРИБУЦИЯ»**

Основной концепцией деятельности ООО «Мототелеком Дистрибуция» является распространение передового мирового опыта в создании корпоративных телекоммуникационных сетей на территории РФ. Предприятие существует на рынке с 2001 года и постоянно совершенствует свою деятельность, достигая поставленных целей.

Как и на любом предприятии, в ООО «Мототелеком Дистрибуция» происходит текучесть кадров: увольнение работников по собственному желанию, увольнение работников по инициативе администрации. ООО «Мототелеком Дистрибуция» в силах изменить ситуацию благодаря совершенствованию системы мотивации коллектива.

Мотивация, как одна из общих функций управления, является важнейшей частью процесса управления. Поэтому в современном менеджменте вопрос мотивации персонала становится весьма актуальным. Руководитель любого предприятия, желающий достичь высокой производительности труда от своих работников, должен позаботиться о наличии для них таких мотивационных стимулов, при которых потенциал этих работников будет использован наилучшим образом [1, с. 1].

Процедура разработки и внедрения системы стимулирования деятельности работников предприятия включает 10 этапов:

- 1) Анализ кадровой структуры предприятия.
- 2) Анализ соответствия работников предприятия занимаемым должностям.



На данном этапе необходимо разработать критерии оценки каждой должности и согласно разработанным критериям провести процедуру соответствия работников занимаемым должностям [2, с. 3].

3) Определение приоритетных мотивационных групп работников предприятия. Путь к эффективному управлению работником лежит через понимание его мотивации. Только зная, какие мотивы лежат в основе деятельности работника, можно разработать эффективную систему форм и методов управления работником.

Если мотивация является основным внутренним фактором, определяющим направленность деятельности работника, то не удивительно, что, используя ее, можно добиться многократного повышения (или понижения) эффективности и результатов труда. Важно уметь определять и использовать личностные мотивы, потребности реального или будущего работника. Для различных групп работников предприятия характерен индивидуальный набор, персональный комплекс мотивирующих факторов.

4) Изучение методов оценки степени удовлетворенности работников предприятия и анализа существующих проблем. В число применяемых методов входят проведение интервью с руководителями высшего звена и начальниками подразделений, проведение тестовых процедур диагностического характера среди работников, проведение финансового и стратегического анализа деятельности предприятия.

5) Определение степени удовлетворенности работников предприятия условиями труда и стилем руководства.

6) Анализ преимуществ и недостатков существующей системы мотивации.

7) Совершенствование существующих и разработка новых экономических и неэкономических методов мотивации сотрудников предприятия.

8) Определение оптимального уровня мотивации работников, исходя из возможностей предприятия и личных качеств каждого работника. Существует определенный оптимум мотивации, при котором деятельность работника выполняется лучше всего. Последующее увеличение мотивации, а следовательно и увеличение затрат, приведет не к повышению, а к снижению эффективности его деятельности.

9) Составление плана мероприятий по оптимизации мотивационной системы предприятия.

10) Реализация мероприятий по оптимизации мотивационной системы предприятия.

В ООО «Мототелеком Дистрибуция» были выявлены следующие виды материального стимулирования:

а) премиальные выплаты по итогам работы (квартал, полугодие, год);

б) выплаты за образцовое качество выполняемых работ;

в) выплаты за выполнение особо важных и срочных работ;

г) выплаты за интенсивность и высокие результаты работы.

В ООО «Мототелеком Дистрибуция» разработаны основные элементы системы вознаграждения персонала, регулярно проводится согласование,

коррекция и утверждение показателей процедуры оценки результатов деятельности: сотрудников; подразделений; руководства предприятия.

В результате проведенного исследования была разработана комплексная система взаимосвязанных факторов материального и нематериального стимулирования различных категорий работников предприятия, методика ее внедрения и управления.

Анализ существующей системы мотивации показал необходимость совершенствования инструментов нематериальной мотивации [3, с. 9-10]. В соответствии с этим необходимо:

- постоянно улучшать сферу профессиональной деятельности работника;
- расширить социальный пакет с учетом возможностей предприятия и предоставить выбор подходящих льгот для работников;
- улучшить качество мероприятий по досугу работников;
- дать возможность воплощать творческие начинания работников, направленные на повышение эффективности труда;
- планировать карьерный рост работника, разработать и применять систему «накопительных баллов карьерного роста»;
- обеспечить возможность прохождения работником обучения в целях повышения квалификации;
- проводить ежеквартальные конкурсы на звание лучшего работника;
- отмечать высокие производственные результаты работников предприятия грамотами, благодарностями в приказе, размещением фотографии сотрудника на Доске почета;
- чаще проводить спортивные и корпоративные мероприятия;
- оплачивать работникам предприятия посещение спортзала, бассейна, фитнес-центра.

Новая мотивационная система будет способствовать совершенствованию организационной структуры, усилению преданности работников общим целям предприятия, повышению ответственности и как следствие желанию работать с большей отдачей.

#### **Список использованной литературы**

1. Гребнева М.В. Современные методы мотивации // Научно-популярный Интернет журнал NovaInfo.ru №19, 2014 URL: <http://novainfo.ru/archive/19/sovremennye-metody-motivacii> (дата обращения 07.03.2015)
2. Стимулирование и мотивация персонала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.znaytovar.ru/s/Stimulirovanie-i-motivaciya-per.html> (дата обращения 09.03.2015)
3. Гуреева Н.В., Кузнецова А.В. Совершенствование системы мотивации персонала организации // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум 2015» URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/978/12068> (дата обращения 05.03.2015)

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

**Еремян В.С.**

*аспирант кафедры экономики и управления на предприятии  
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»  
г. Пятигорск, РФ*

### **СОДЕРЖАНИЕ И ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В современных условиях хозяйствования, институт предпринимательства является важной составляющей и одним из главных факторов создания инновационно-информационной экономики [2; С. 195]. Его основная функция заключается в осуществлении субъектами рыночных отношений свободной инновационной деятельности, направленной на воплощение в реальность новых предпринимательских идей, производство и доведение до потребителя товаров и услуг, получение прибыли, достижение ускоренного экономического роста, общего прогресса и социального развития общества [1; С. 246].

Однако для успеха института предпринимательства и его способности выполнять свои функции первостепенное значение имеет доступ к адекватному уровню финансирования. Финансирование – это обеспечение предприятий и предпринимателей необходимыми денежными ресурсами для реализации ими различных проектов и программ. Теоретически, финансово-кредитная поддержка должна обеспечивать свободный доступ к денежным ресурсам как функционирующим, так и стартующим предприятиям. В действительности же оказалось, что, существующие на сегодняшний день, финансовые инструменты, кредитные продукты и условия поддержки не оказывают должного уровня стимулирования на развитие института предпринимательства и на рост экономики. Например, возможность получения заемных средств у начинающих предпринимателей или действующих субъектов с небольшими оборотами или с отсутствием залогового обеспечения, практически приравнивается к нулю. Согласно опросам, получение краткосрочного (до 1 года) кредита в нашей стране оказалось крайне сложным для 12% компаний, среднесрочного (от 1 до 3 лет) – для 14%, долгосрочного (на срок свыше 3 лет) – для 17%, венчурного финансирования (под рискованные бизнес-проекты) – для 26% [3; С. 29].

В свою очередь, узкий перечень предлагаемых банковских кредитных продуктов снижает возможность выбора среди них соответствующего потребностям предприятия. Причем эта проблема усугубляется непопулярностью и неизвестностью для представителей малого и среднего бизнеса таких кредитных инструментов как лизинг, факторинг и покупка в рассрочку (никогда не пользовались 82% компаний), кредитные линии и овердрафт (83% компаний), субсидированные банковские кредиты или гранты (89% компаний). Для сравнения, в странах Европейского Союза порядка 40% компаний малого бизнеса пользуются кредитными линиями и овердрафтами, против 11% в России. И даже по использованию самого популярного в нашей

стране источника капитала – банковского кредита, отечественные предприниматели отстают от зарубежных: 27% в России против 30% в странах Евросоюза [3; С. 40-41].

Как показал отчет о конкурентоспособности экономик стран мира (The IMD World Competitiveness Yearbook) аналитической группы Всемирного экономического форума [4], именно неразвитость российских финансовых рынков является наиболее слабой нашей стороной – 121 место по значению данного индикатора из 148 стран.

Ввиду этого, мы предполагаем, что создание благоприятных финансово-экономических условий и совершенствование механизмов кредитно-финансовой поддержки всех, без исключения, хозяйствующих субъектов положительно влияют на развитие института предпринимательства.

Тенденции международного развития и экономической глобализации требуют предоставления адекватных средств финансирования – современных, инновационных инструментов поддержки института предпринимательства, нацеленных на определенные группы предпринимателей. Говоря об инновационном финансировании, мы подразумеваем не просто финансирование инновационной деятельности, мы имеем в виду внедрение новых банковских продуктов, расширение уже существующих продуктов на новые рынки и их совершенствование, подключение к процессам новых типов инвесторов, модернизирование систем, прямо или косвенно воздействующих на финансовое обеспечение реального сектора экономики.

В современных условиях, это должен быть совершенно новый источник капитала, обеспечивающий стабильными ресурсами и дополняющий существующие потоки денежных средств, используемых для развития. Мы считаем, что он может быть создан путем объединения денежных ресурсов государственного и частного секторов (рис.1.).



Рис.1. Формирование и распределение инновационного финансового капитала (авторская разработка)

Посредничество капитала от частных лиц, то есть инвестирование ими предприятий и совместных проектов или доленое финансирование, на наш взгляд, представляет собой скрытый потенциал роста, особенно для малых и

средних предприятий, наиболее остро нуждающихся в доступном и недорогом дополнительном капитале. Кроме того, средства индивидуальных частных инвесторов могут участвовать в формировании венчурного капитала, который, в свою очередь, способен улучшать рамочные условия для осуществления инновационного предпринимательства. Ресурсы частных компаний и отдельных лиц для финансирования предпринимательских проектов могут привлекаться за счет добровольных и обязательных взносов или прямых вложений.

Среди возможных мер, стимулирующих частных лиц к инвестированию, хотелось бы отметить реализацию политики отрицательных или нулевых ставок по депозитам. На первый взгляд, она кажется удивительной и невозможной, но, в действительности она способна радикально изменить ситуацию с развитием предпринимательства, а именно, доставить конкретный инвестиционный продукт, созданный вместо депозитных сбережений, хозяйствующим субъектам. Как результат, возрастет активность и роль частных инвесторов в финансировании программ коммерциализации научных исследований и разработок, развития инновационных компаний, подготовки новых инвестиционных проектов.

Мобилизация государственных средств в инновационное финансирование будет происходить посредством такого механизма, как предоставление гарантий, которые привлекут дополнительные инвестиции в сектор предпринимательства, а также прямых государственных и региональных инвестиций.

Итак, финансово-кредитные – это механизмы, с одной стороны, стимулирующие к самостоятельному накоплению субъектами необходимых для развития денежных ресурсов, а с другой стороны, способствующие предоставлению им заемных средств сторонними организациями или заинтересованными лицами. А именно:

- снижение налоговой нагрузки, совершенствование, упрощение и повышение определенности налоговой системы, предоставление налоговых кредитов и каникул предприятиям, инвестирующим в собственные активы, науку, образование и инновации;

- освобождение от таможенных пошлин на ввозимое высокотехнологичное оборудование, машины и полуфабрикаты, не имеющие аналогов в нашей стране;

- разработка новых инновационных продуктов финансирования и эффективных форм финансовой поддержки, совершенствование установленных финансовых инструментов;

- обеспечение свободного доступа к инвестициям и заемным средствам из дополнительных источников финансирования;

- стимулирование к финансированию инновационных проектов и стартапов, содействие в создании специальных венчурных фондов, облегчение доступа к венчурному капиталу;

- совершенствование системы залогового обеспечения, путем включения в список возможного залогового имущества интеллектуальной собственности.

В заключение отметим, что существующая на сегодняшний день система, преимущественно, банковского кредитования не способна обеспечить плодотворной поддержкой институт предпринимательства, в силу направленности деятельности коммерческих банков на достижение успеха в собственном бизнесе. Следовательно, поиск и использование совершенно нового дополнительного источника капитала, способного расширить поле доступных заемных средств, которые могут быть получены через систему небанковских институтов и финансовых фондов, совместно с целенаправленной государственной политикой, стимулирующей к вложению частного капитала, может способствовать его интенсивному росту.

#### **Список использованной литературы:**

1. Еремян В.С. К вопросу о сущности и трактовке понятия «предпринимательская деятельность» // Бизнес в законе. - 2014. - № 3. - С. 244-246.
2. Еремян В.С. Роль института предпринимательства в современных рыночных условиях // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». - Майкоп: изд-во АГУ, 2013. - Вып. 4 (131). - С. 194-199.
3. Общероссийская общественная организация малого и среднего бизнеса «ОПОРА России». Предпринимательский климат в России: Индекс ОПОРЫ, 2012. – 162 с.
4. Официальный сайт Всемирного экономического форума. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.weforum.org](http://www.weforum.org)

**Климкова К.О.**

*магистрант,*

*Волгоградский государственный технический университет*

*г. Волгоград, РФ*

### **АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ БЕДНОГО, СРЕДНЕГО И БОГАТОГО КЛАССА НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Финансовый поток разных классов необходимо рассматривать как категорию институционального анализа. Финансовый поток домохозяйств рассматривается как направленное движение финансовых ресурсов, циркулирующих в домохозяйстве, а также между домохозяйством и внешней средой, необходимых для обеспечения всестороннего удовлетворения потребностей [1].

Финансовые потоки разных классов кардинально различаются, в первую очередь это продиктовано психологией, образованием и менталитетом.

В зависимости от классов, существует три вида финансовых потоков:

- Финансовый поток бедных.
- Финансовый поток среднего класса.
- Финансовый поток богатых людей.

Рассмотрим финансовый поток бедных. Финансовый поток в данном случае несложен (см. Рисунок 1), его можно охарактеризовать двумя

предложениями: сколько заработал за месяц - столько же потратил, ничего не отложил — ничего не сохранил.

Люди живущие по этому принципу всегда говорят, что им не хватает ни на что денег. Это закономерно — чем больше человек зарабатывает, тем больше тратит, и как только человек остался без дохода, он практически остался на улице.

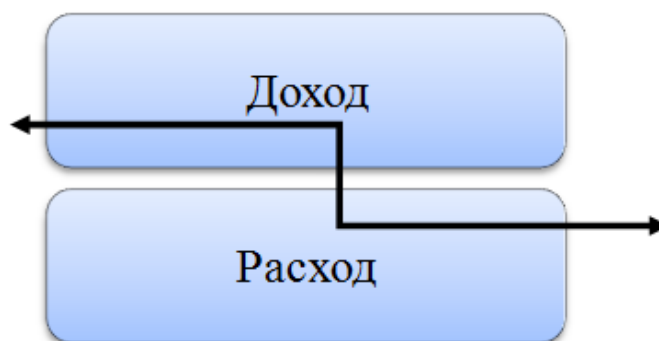


Рисунок 1 Финансовый поток бедного класса

Средний класс населения живет по несколько иным принципам. Обычно, этот класс представляют люди, которые имеют высокооплачиваемую работу, социальное обеспечение от работодателя. Они в состоянии оплачивать кредиты за машину, квартиру и т.д.

Финансовые потоки движутся следующим образом (см. Рисунок 2). Средний класс, покупая в кредит машину, квартиру и прочее, думает что приобретает активы. Но на самом деле приобретаются обязательства, и как только люди остаются без работы, они переходят в поток бедного класса.

На сегодняшний день 70% людей в мире, которые пользовались кредитами - сидят «в мышеловке».

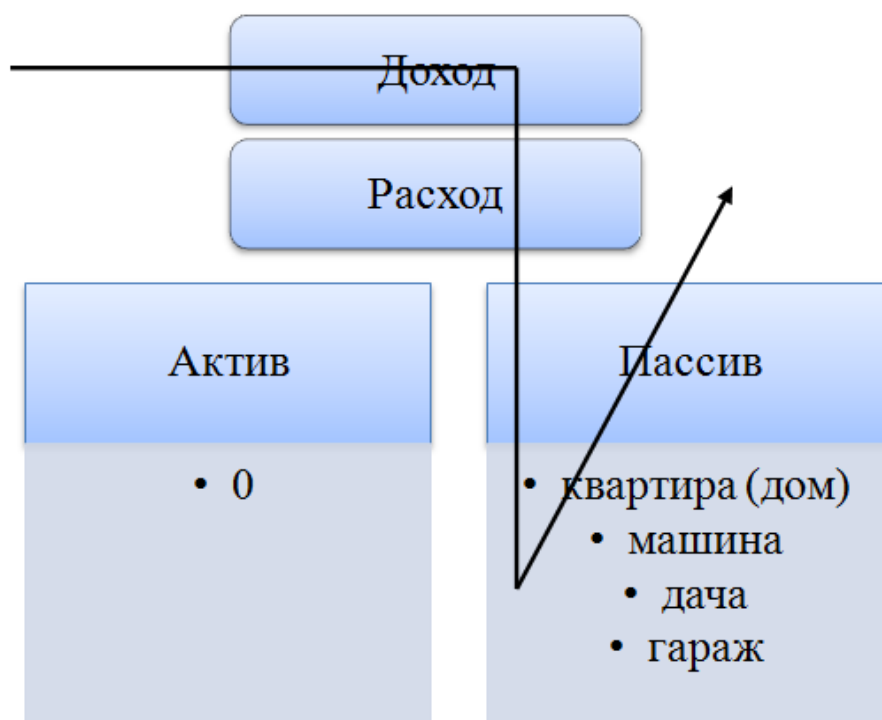


Рисунок 2 Финансовый поток среднего класса

Финансовые потоки богатого человека текут следующим образом (см. Рисунок 3). Чем больше активов, тем больше доход, чем больше доход – тем больше активов. Здесь имеет место замкнутый цикл как естественный круговорот в природе.

Отличие бедного и среднего класса в том, что бедный и средний классы работают на деньги, а богатые работают на активы. Богатство – это не присутствие каких-то вещей и денег, и это не связи. Точно так же как и бедность – это не отсутствие денег и каких-то множественных вещей и связей.

Что бы стать богатым надо изменить свое мышление: «надо захотеть поместить богатство в голову, а затем оно оттуда перетечет в карман». Разница между бедными и богатыми в том, что богатые занимаются самообразованием, а бедные получают дипломы. Разница в том, что бедные работают на деньги, а богатые на активы. Разница в понимании как достичь желаемого.

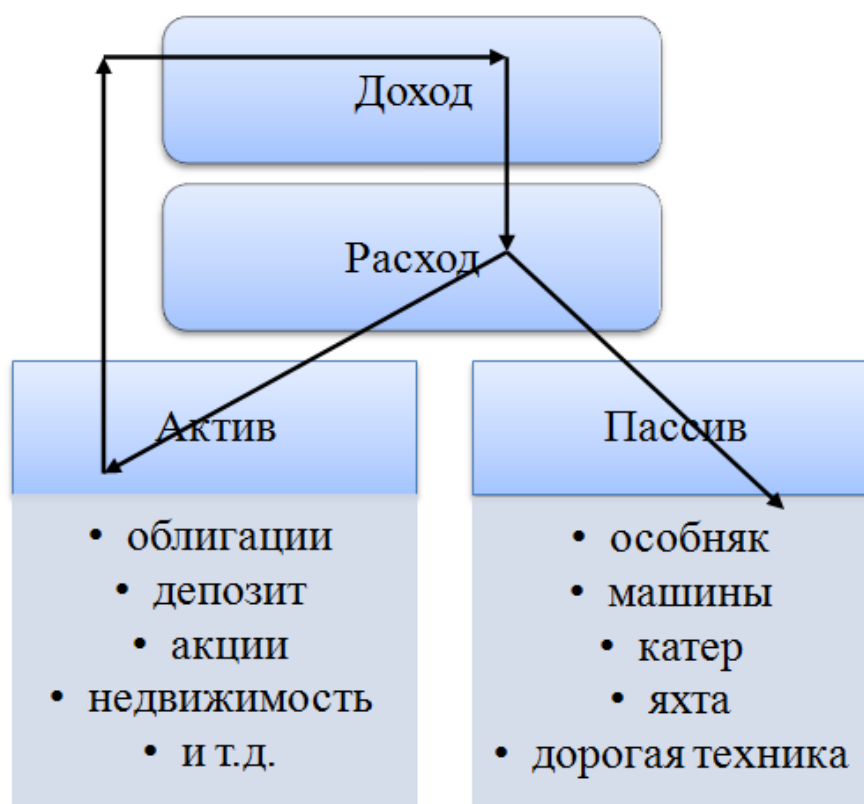


Рисунок 3 Финансовый поток богатого класса

Согласно статистике РФ, цифры фактически показывают куда направляет деньги каждый класс. Богатый класс инвестирует в бизнес и недвижимость. Менее обеспеченные граждане принимают «долговое рабство» и приобретают обременяющую их собственность в виде машины, дачи и пр.[2].

Бедный класс, в свою очередь, стремится к большей степени защищенности, что выражается в инвестировании в накопительные пенсионные программы и страхование жизни. Однако на деле, если разобраться и посчитать, то участие в таких программах выгодно только организующим компаниям, но не населению.

Как писал Роберт Кийосаки, автор известной книги «Богатый папа, бедный папа»: «Бедные люди – это те, кто покупает пассивы, считая их



активами, а богатые – те, кто вкладывает деньги именно в активы, получая при этом прибыль» [3].

Финансовая смекалка – ментальный процесс, через который люди решают свои финансовые проблемы. Сегодня мы можем наблюдать глобальные технологические перемены, которых прежде не было. И цель людей бедного и среднего классов научиться жить, подстраиваясь под изменчивый мир, улучшая свое благосостояние.

Однако до сих пор существуют две разные точки зрения на бедность населения. Известный нидерландский деятель Рютгер Брехман в книге "Бесплатные деньги для всех" пишет о том, что «бедность – это не недостаток силы воли, ума, образования, целеустремленности (бедные зачастую как раз лучше всех знают, что бы хотели сделать со своей жизнью). Бедность – это недостаток денег. У людей нет денег – вот основная проблема бедности! Это звучит парадоксально, провокативно, немного наивно даже. Все больше социологических исследований указывают на то, что бедность, нехватка денег обуславливает принятие недалёковидных решений. Бедные чаще влезают в долги, которые не могут выплатить, хуже воспитывают детей, едят более вредную пищу, что в долгосрочной перспективе стоит дороже. В краткосрочной перспективе это поведение кажется вполне оправданным, надо как-то выживать здесь и сейчас, но в долгосрочной перспективе это только преумножает проблемы. Как разорвать этот порочный круг? Надо убрать бедность, раздать всем бесплатные деньги. Люди сами прекрасно знают, на что им потратить деньги» [4].

Решение проблемы бедности путем раздачи бесплатных денег на существование, имеет место быть. Однако это может помочь населению исключительно в краткосрочной перспективе и далеко не выход из ситуации для государства. Рютгер Брехман пишет о том, что бедное население лучше знает, куда ему потратить в одночасье полученные средства. Это не так. Как только люди бедного класса получают бесплатные деньги, они ринутся вкладывать их в пассивы (телевизор, холодильник и прочее), что в свою очередь только увеличивает расход. В то время как человеку в такой ситуации стоило бы сохранить часть денег и попытаться инвестировать их для получения большего дохода.

Рютгер Брехман, предлагая свое решение проблемы бедности, не уделяет должного внимания экономике государства. При поощрении раздачи бесплатных денег государством, что будет с инфляцией в стране? С каких государственных средств раздавать эти деньги бедному населению? Повышать подоходный налог для работающих граждан, которые благодаря своему труду, вкладу в работу, способствуют увеличению ВВП государства?

Ключевой момент решения проблемы кроется в ментальности и финансовой неграмотности бедного, среднего класса. Лучшим действием со стороны государства была бы не раздача бесплатных денег, а организация обучения населения финансовой грамотности, благодаря которой они научатся грамотно вкладывать деньги в активы, улучшая свое благосостояние.

### Список литературы.

1. Бачерикова Е.В. Финансовый поток как категория институционального анализа /Е.В. Бачерикова//Электронный ресурс.- Режим доступа: [conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/pdf/d01/s01/s01\\_003.pdf](http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/pdf/d01/s01/s01_003.pdf)
2. Lester C. Thurov, Die Reichtums-Piramide. Dusseldorf/Regensburg, 2010//Электронный ресурс.- Режим доступа: <http://investplanning.ru/kuda-vkladyvayut-dengi-bogatye-i-bednye.html>
3. Плетнева С. Разница в богатых и бедных, 2014/ С.Плетнева //Электронный ресурс.- Режим доступа: <http://www.top-personal.ru/issue.html?2263>
4. Брехман Р. Причина бедности – нехватка денег/ Р. Брехман //Электронный ресурс.- Режим доступа: <http://www.svoboda.org/content/article/26727915.html>

**Шаракина Е.В.**

*аспирант кафедры «Экономическая теория и управление персоналом»  
ФГБОУ ВПО «Государственный университет-УНПК»  
Г.Орел РФ*

### **ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЧЕТВЕРТИЧНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ**

Современные направления развития экономики знаний все больше ориентированы на продвижение четвертичного сектора экономики, в состав которого входят интеллектуальные услуги. О появлении четвертичного сектора экономики ученые стали упоминать примерно в середине XX века, одновременно с появлением экономики знаний, основу которой составляют знаниеемкие технологии и инновационные разработки. [1, С. 25].

Рынок интеллектуальных услуг, равно как и сами интеллектуальные услуги, является сравнительно новым экономическим явлением в мировой практике. В настоящее время он динамично развивается, устойчиво наращивая свою роль в мировых экономических процессах.

Сегментирование рынка интеллектуальных услуг позволяет выделить наиболее востребованные со стороны потребителей интеллектуальные услуги (рисунок 1).

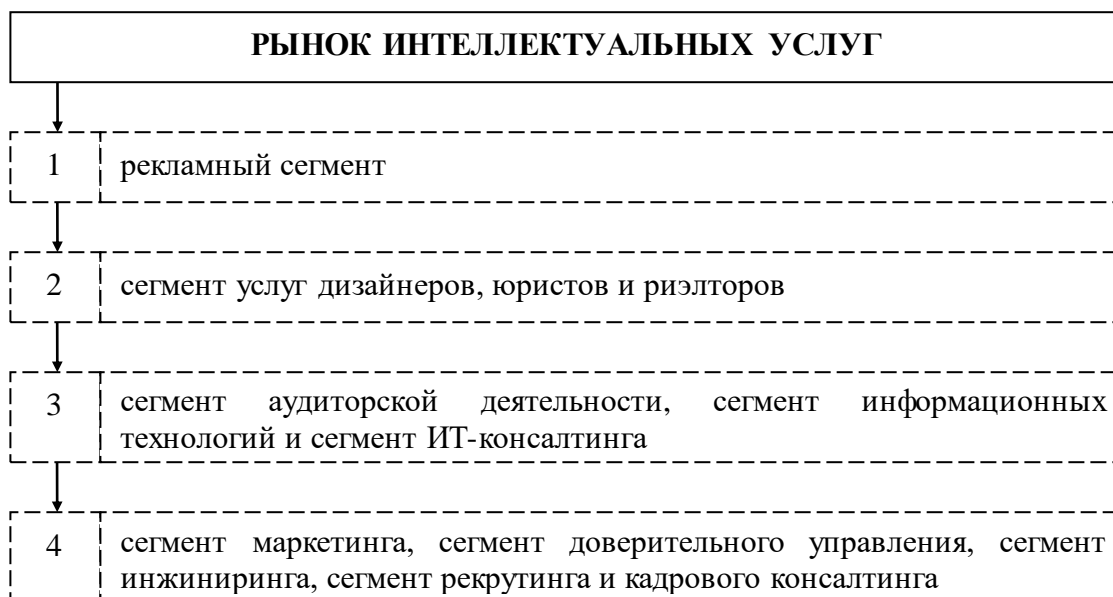


Рисунок 1 – Востребованность интеллектуальных услуг в рыночных условиях

Наиболее востребованным элементом рынка интеллектуальных услуг является сегмент рекламной деятельности. Компании, оказывающие услуги в данном сегменте, можно разделить на две группы. Первая группа – это широкопрофильные предприятия, предлагающие наиболее перечень услуг любой сложности и категории. Вторая группа – это узкопрофильные фирмы, специализирующиеся на одном или нескольких видах услуг.

На втором месте по уровню развития можно выделить сегмент услуг дизайнеров, юристов и риэлторов. Рынок дизайнерских услуг представлен в исследовании услугами по проектированию и дизайну жилой и общественной среды. В целом, для сектора дизайнерских услуг характерна низкая структурированность, разброс качества услуг и широкий диапазон цен, информационная неполнота. Услуги юридических компаний в настоящее время является одним из весьма емких сегментов рынка корпоративных услуг. Это обусловлено тем, что далеко не каждая компания имеет в штате сотрудников должность юриста. Развитию данного сектора способствует и экономическая активность потенциальных потребителей: заключение новых сделок, контрактов, привлечение внешнего финансирования, выход на новые рынки, решение спорных вопросов и т.п. Услуги риэлторов представляют собой связующее звено между сторонами сделки купли-продажи недвижимости. Их работа в большей мере сводится к составлению стандартных документов и проведению стандартных процедур.

На третьем месте по уровню развития выделяются сегменты аудиторской деятельности, информационных технологий и ИТ-консалтинга. Рынок аудита и консалтинга представлен разными фирмами как по количеству сотрудников, по их уровню квалификации, так и в целом по направлениям деятельности и уровню развития организаций. Рынок информационных технологий представлен фирмами по продажей и установкой программного обеспечения; фирмами, производящими ИТ-продукцию; компаниями, оказывающими комплекс услуг по реструктуризации существующих, а также построению

новых информационных систем. Интеллектуальная работа данных предприятий заключается в том, что специалисты проводят установку ПО, настройку, обучение персонала пользованию программами, последующее сопровождение.

Наименее развиты, по мнению экспертов, сферы маркетинга, доверительного управления, инжиниринга, рекрутинга и кадрового консалтинга. Данные сегменты рынка интеллектуальных услуг представлены малым количеством компаний, плохо структурированы, в них отмечается недостаток высококвалифицированных и компетентных кадров.

В сложившихся условиях в российской экономике, несмотря на трудности, растет спрос на интеллектуальные услуги. Об этом свидетельствует общий рост оказанных платных услуг населению (таблица 1).

Таблица 1 – Индексы физического объема платных услуг населению по видам (в процентах к предыдущему году)

	2005	2010	2011	2012
Все оказанные услуги	106,3	101,5	103,2	103,5
из них:				
связи	118,6	105,2	107,3	106,0
культуры	99,1	99,5	98,7	100,5
правового характера	106,3	85,3	87,5	86,6
системы образования	107,7	99,1	100,5	101,3

Так, например, объем инновационных услуг в 2011 году составил 259370,3 млн. руб., или 8,3% от общего объема выполненных услуг [2, с.64]. Следовательно, на первое место в экономическом развитии выходят знания и интеллектуальные способности производителей такого вида услуг. Но в настоящее время в российской экономике существуют факторы, которые будут ограничивать спрос на интеллектуальные услуги:

- сложность сопровождения услуги после ее оказания;
- неспособность быстрого восприятия услуги в виду ее высокой интеллектуалоемкости и инновационности,
- сложности в установлении конечной цены;
- недостаточная степень доверия к производителям услуг;
- потребности потребителей в интеллектуальных услугах зависят в большей степени от величины их доходов и соотношения потенциальной выгоды и затрат на оказание таких услуг;
- недостаточная степень развития государственного контроля в различных сферах экономической деятельности (например, введение в действие ФЗ №44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» существенно усложнило возможности оказания интеллектуальных услуг государственным и муниципальным предприятиям и учреждениям, т.к. при приобретении данных услуг предпочтение должно отдаваться в первую очередь их качеству, а не цене как основному критерию отбора [3];
- наличие информационных рисков;

- коррупция.

Представив приоритетное распределение потребности в интеллектуальных услугах по вышеуказанным секторам рынка, составим «карту спроса» исследуемого рынка, отметив области преобладания спроса на отдельные интеллектуальные услуги (рисунок 2).

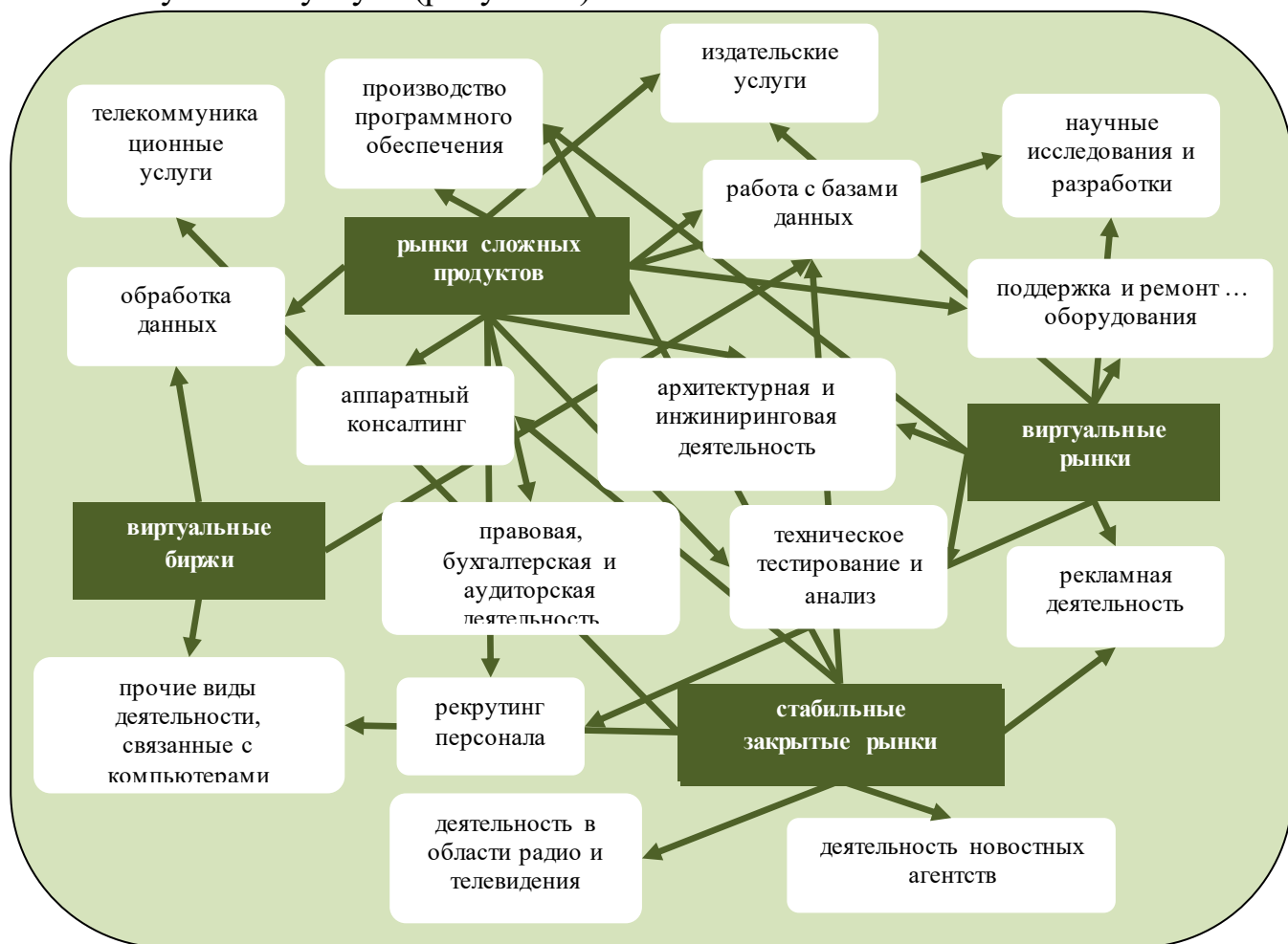


Рисунок 2 – «Карта спроса» на рынке интеллектуальных услуг

В целом рынок интеллектуальных услуг является не только мощным генератором управленческих и технологических инноваций для предприятий всех видов деятельности, но и значимым потребителем созданных инноваций. По доле инновационных продуктов и выручки от их реализации он значительно опережает сферу производства товаров и услуг[4]. Поэтому в сложившихся условиях приоритетной мерой по поддержке дальнейшего формирования и развития рынка интеллектуальных услуг должно стать государственное стимулирование и поддержка внутреннего платежеспособного спроса на интеллектуальные услуги. Это довольно сложная задача, т.к. рынок интеллектуальных услуг в значительной мере подвержен воздействию кризисных проявлений в экономике.

### Литература

1. Дорошенко, М.Е. Интеллектуальные услуги. Сегодня и завтра [Текст] / М.Е. Дорошенко // Форсайт. – 2007. - №2. - С. 22-31.
2. Наука. Инновации. Информационное общество: 2012 : кр. стат. сб. – М.: НИИ ВШЭ, 2012. – 80 с.

3. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ от 05.04.2013 г. (ред. от 28.12.2013) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=157037>

4. Березин, И. Модернизация без интеллекта / И. Березин, А. Милехин - Электронный ресурс: режим доступа: <http://expert.ru/expert/2011/43/modernizatsiya-bez-intellekta> 9дата обращения 4.04.2014)

**Шкурат М.В.**

*аспирант кафедры Экономики и управления на предприятии  
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»  
г. Пятигорск РФ*

## **ЗАРОЖДЕНИЕ ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КЛАССИЧЕСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИИ**

Институт предпринимательства выступает в роли главного фактора полноценного существования и развития экономической системы общества. Развитая экономика любой страны характеризуется наличием эффективно функционирующего предпринимательского сектора. Институт предпринимательства неразрывно связан с различными социально-экономическими институтами и способствует появлению новых рабочих мест, становлению среднего класса общества, развитию и внедрению инновационных технологий, активизирует самозанятость населения.

Классическая политическая экономия как направление экономической мысли зародилась в конце XVII в. и продолжала свое развитие до первой половины XIX в. В данный период предпринимательская деятельность вслед за сферой торговли, денежного обращения и ссудных операций распространилась также на многие отрасли промышленности и сферу производства в целом.

Из истории экономической мысли известно, что значительный вклад в теорию предпринимательства внесли такие ученые, как Р. Кантильон [2], А.Смит [8], Ф. Кенэ [3], Дж.С. Милль [6], Ж.Б. Сей [9], К. Маркс [5].

Считается, что Ричард Кантильон является родоначальником термина предпринимательство. Основным трудом является «Очерк о природе торговли вообще», который был издан в Лондоне в 1755г. Уильям Стенли Джевонс [1] первым обратил внимание на данное исследование в 1880 г., назвав его «колыбелью политической экономии». Джевонс обратил внимание на то, что в данном труде предпринято систематическое исследование почти всех областей данной науки.

По Кантильону, предприниматель - это человек, подвергающий себя риску непостоянных доходов: крестьянин, ремесленник, торговец, разбойник, нищий и т.п., но не рабочий и государственный чиновник с постоянным жалованьем и не земельный собственник, получающий ренту [2]. Впервые было выдвинуто понятие риска, как функции предпринимательства. Предприниматель принимает решения для получения прибыли и удовлетворения своих

потребностей в неопределенных условиях рынка. Кантильон считал, что роль предпринимателя заключается в обеспечении необходимым товаром потребителя в данном месте и в данное время для удовлетворения его потребностей и желаний. Предприниматель не является новатором, т.к. не производит ничего нового.

Весомое значение в теории предпринимательства имеют труды Адама Смита. В произведении «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) [8] экономика является системой, подверженной влиянию объективных экономических законов. Весомый вклад в экономическую теорию внесен с помощью учения о разделении труда и о трудовой теории стоимости.

Адам Смит является первым ученым, комплексно исследовавшим предпринимательскую деятельность в рамках развития экономики XVIII в. По его мнению, предприниматель – это фигура, имеющая собственный капитал и идущая на риск для реализации коммерческой идей с целью получения прибыли. В своих трудах Смит выражал недоверие к предпринимателю, считая, что конкуренция должна диктовать условия поведения на рынке, иначе деятельность предпринимателей будет стремиться к монополии. Общественная полезность предпринимательства балансируется между такими показателями, как стремление предпринимателя к увеличению прибыли и влияние конкуренции в условиях рынка на свободу ценообразования предпринимателем. Смит считал, что конкуренция между предпринимателями является главным противником монополии.

Точку зрения Адама Смита разделил один из величайших авторов классической политэкономии Франсуа Кенэ [3]. Он является родоначальником мысли о предпринимателе, как о владельце всего бизнеса. Предприниматель выступает не только в роли посредника, но и в роли собственника.

Весомый вклад в изучение теории предпринимательства внес Жан-Батист Сэй. Данной теме посвящен «Трактат политической экономии» [9], в котором Сей рассматривает фигуру предпринимателя и дает ему свое определение. Автор выделяет промышленных предпринимателей и считает, что именно они имеют господство в области распределения богатства по средствам ведения производства. Предприниматель – это экономический посредник, перемещающий в пространстве факторы производства, для извлечения из их использования максимальную прибыль.

В своем трактате Сэй описывает общепризнанную «Теорию трех факторов», из которой следует, что труд, земля и капитал являются источниками богатства общества в таких формах, как заработная плата, рента и прибыль. Сэй считал, что плата за услугу использования каждого фактора производства и есть совокупный доход предпринимателя.

Карл Маркс [5], завершая эпоху классической политической экономии, оставил заметный след в истории экономической мысли. Особенными и противоречивыми оказались взгляды автора на предпринимательство. Его теория оказала поистине большое влияние на воззрения образованного общества Европы и России. Противоречивость трудов Маркса заключалась в признании главной роли буржуазии в развитии производства и в негативном

отношении к ее предпринимательской деятельности. Причиной данного противоречия является индивидуальная методология автора, базирующаяся на классовых подходах и материальных превосходствах.

В своем труде «Капитал» [5] Маркс обширно описывает свою точку зрения на определение предпринимателя, считая, что последний является также капиталистом. Разделив капиталистов на две группы, функционирующие и денежные, автор четко разграничивает их функции. Функционирующие капиталисты создают продукцию и услуги, в результате получая предпринимательский доход за свой труд. Денежные капиталисты предоставляют последним финансовый капитал, прибыль данной группы предпринимателей выступает в роли платы за использование денежных ресурсов – процента. Маркс описывает предпринимателя, как капиталиста, получающего доход в виде прибыли за вычетом выплаты процента за пользование денежными средствами. Автор считает, что предприниматель находится в зависимости от капиталиста-ростовщика, т.к. последний имеет собственность. Функционирующий капиталист приравнен к наемному рабочему, являясь простым носителем труда без капитала. Такая точка зрения автора представляет безысходность действий предпринимателя в условиях института предпринимательства.

Проанализировав труды авторов классической политической экономии, необходимо выделить главную цель данных исследований: формирование фундаментальных основ института предпринимательства в целом. Начиная с XVIII в. происходит становление основных положений о предпринимательстве, определение сущности понятия термина предпринимательства и его места в системе экономических отношений. Предприниматель – это собственник капитала, владелец собственного дела, управляющий им, часто совмещающий, особенно на первой стадии функционирования собственного капитала (дела), собственнические функции с личным производительным трудом [5].

Можно выделить несколько черт теории предпринимательства, характерных данной эпохе экономической мысли. Основной функцией предпринимательства, по мнению ученых, является производство и реализация продукции, товаров и услуг. Из этого следует, что предприниматель является собственником капитала. Как собственник средств производства, предприниматель постоянно стремится к максимизации прибыли, оставляя общественную полезность своей деятельности на втором плане. Ученые сформировали и выделили рисковую функцию предпринимательства. Рисковая функция несет определенные свойства, характерные данному виду деятельности, стимулируя предпринимателя предвидеть риск в запланированной деятельности и принимать различные меры по нейтрализации его воздействия.

Долгое время предпринимательство не было выделено в отдельный самостоятельный вид экономической отрасли. Заложив теоретические основы предпринимательства, ученые классики не уделили данному аспекту должного внимания.



Таким образом по нашему мнению, значение предпринимателя в экономической системе не нашло своего детального изучения и в марксистской концепции предпринимательства. Предприниматель, по мнению К. Маркса, является капиталистом, выражающим эксплуататорскую сущность предпринимательства. Вкладывая свои собственные средства в производство, капиталист получает вознаграждение в виде прибыли, образующейся в результате разницы между стоимостью созданной наемными работниками продукции и суммой выплаченной им заработной платы. Это является показателем «социального паразитизма» предпринимательства, считает Маркс, именно поэтому данная экономическая структура должна быть ликвидирована вместе с другими устоями капиталистической системы.

С учетом данных подходов становится очевидным, что роль предпринимательства в классической политической экономии была невелика. В период становления классической политэкономии в теоретической экономике назрела необходимость специального глубокого и всестороннего научного исследования предпринимательства и его роли в экономике.

#### Список использованной литературы

1. Джевонс У. С. Политическая экономия // <http://www.twirpx.com/file/947895/>
2. Кантильон Р. Очерк о природе торговли вообще. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2002.
3. **Кенэ, Ф.** Физиократы. **Избранные экономические произведения / Ф. Кенэ, А. Р. Ж. Тюрго, П. С. Дюпон де Немур ; [пер. с фр.: А. В. Горбунов и др., пер. с англ. и нем.: П. Н. Клюкин], Москва : Эксмо, 2008.**
4. Лапуста М.Г., Поршнев А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. Предпринимательство. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. с. 12-14
5. **Маркс К. Капитал: Критика полит. экономии / Карл Маркс. - М.: Центр соц. экспертизы, 2001.**
6. **Милль Дж. С. Основания политической экономии с некоторыми из их применений к общественной философии // <http://relig-library.pstu.ru/modules.php?name=2112>**
7. Светуньков, М. Г. Предпринимательство и инновации/ М. Г. Светуньков, С. Г. Светуньков. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. с. 4-6
8. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эконов, 1993.
9. Сэй Ж.Б. Трактат политической экономии. М.: Дело, 2000.