

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

№4(10)
2014

Журнал издается с сентября 2012 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс 29460)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации:

ПИ № ФС 77-51006 от 3 сентября 2012 г.

Учредитель (издатель):

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Редакция журнала «Экономическая среда»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: 8 (486) 434095 e-mail: economicsreda@mail.ru
© ОрелГИЭТ, 2014

Подписано в печать 22.12.2014г.
Заказ № 33. Формат 60x84½
Бумага писчая Гарнитура «TimesNewRoman»
Объем 22,5 п.л. Тираж 1000 экз.
Цена свободная.

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГИЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Главный редактор:

И.Г. Паршутина, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Редакционный совет:

Ю.В. Вертакова, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Курский государственный технический университет»

А.В. Глотко, доктор экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Горно-Алтайский государственный университет»

Е.В. Йода, доктор экономических наук, профессор Липецкого филиала АОНО ВПО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов»

Н.В. Клочкова, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина»

А.Л. Лазаренко, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Н.И. Лыгина, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

О.А. Степичева, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

С.Ю. Цёхла, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского»

Ответственный редактор:

Н.В. Лисичкина, кандидат экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Литературный редактор:

Н.Н. Зайцева, старший преподаватель ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Технический редактор:

И.В. Смагина, кандидат технических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Перевод:

Г.Г.Лепешкина, старший преподаватель ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

Н.И. Лыгина, О.В. Рудакова

Предприятия с иностранной долей участия на рынке труда
Орловской области

6

А.В. Крылова, Ю.В. Зевакина

Роль трудовых ресурсов в эффективности деятельности предприятия

15

Ю.В. Разоренова

Особенности системы финансирования инновационной деятельности

18

МАРКЕТИНГ

Т.Н. Макарова, Е.А. Сотникова, И.В. Жеданкова

Эффективность современных промо-акций и их влияние
на поведение потребителей

23

Т.Н. Макарова, М.А. Степанова

Развитие маркетинговых коммуникаций

30

МЕНЕДЖМЕНТ

Е.М. Самородова, И.Г. Паршутина

Рынок человеческого капитала: особенности организации,
функционирования, инфраструктуры

34

О.В. Рудакова, А.И. Мерцалова, В.П. Бардовский

Иностранные инвестиции в Орловской области: объем и структура

39

А.А. Музалевская, А.А. Синельников

Информационное обеспечение коммерческой деятельности

48

А.А. Музалевская, А.А. Ларина

Информационное обеспечение системы менеджмента качества

54

Л.А. Алтынникова, Ю.Г. Вишнякова

Добровольное медицинское страхование. Перспективы
развития в России

59

С.А. Легостаева, Л.Л. АлёхинаРеализация концепции кластера на примере индустрии
школьного питания

63

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Г.М. Фёдорова

Формы и методы государственного регулирования цен

70

А.И. Рябцева, Н.В. Лисичкина

Особенности тарифов автомобильного транспорта

74

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

Л.А. Алтынникова, А.И. Силкина, Т.А. Удовыдченкова

Финансовый надзор за страховой деятельностью

82

А.В. Крылова, Т.Н. БелоусоваИнновационно-инвестиционные возможности современного
рынка ценных бумаг

85

Я.Г. ПоповаСпецифика реализации бюджетного подхода
в современной России

96

Н.Н. Соколова, Е.В. Ильюшина, И.С. Федосеева

Погодные фьючерсы

103

Е.И. МосинаНормативно-правовые основы эмиссионной деятельности
кредитных учреждений на рынке ценных бумаг

107

О.Н. Моталкина

Основные характеристики эффективности системы интернет-банкинга

124

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Н.И. Лыгина, О.В. Рудакова

Инвестиционная привлекательность Орловской области

120

В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, А.И. МерцаловаПроблемы конкурентоспособности российских предприятий
на мировом рынке

128

Л.М. Марченкова Международная торговля России и ее регулирование	138
А.А. Парушин, Е.М. Самородова Российский рынок сыродельческой продукции: состояние конъюнктуры, направления внешней торговли	144
Л.М. Марченкова Транснациональные банки и их роль в мировой экономике	156
А.А. Мандрик Мировые цены и их особенности	167
УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ	172
ANNOTATIONS	178

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 658.114.2(470.319)

Н.И. Лыгина, О.В. Рудакова

ПРЕДПРИЯТИЯ С ИНОСТРАННОЙ ДОЛЕЙ УЧАСТИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Создание предприятий с иностранной долей участия в мире и в особенности в России способствует формированию необходимой для развития экономики рыночной инфраструктуры. Сегодня представляют собой один из наиболее динамично развивающихся и эффективных секторов экономики.

Ключевые слова: предприятие с иностранной долей участия, иностранные юридические лица, рынок труда, структура занятости, уровень оплаты труда.

Сегодня предприятия с иностранной долей участия становятся все более значимым участником экономического процесса. Названные предприятия, с одной стороны, способствуют поступлению новых технологий производства и управления, формированию новых рынков сбыта и ресурсов, а с другой служат ключом для решения целого ряда социально-экономических задач. Предприятия с иностранной долей участия являются неотъемлемой частью не только экономического, но и всего социального порядка в российском обществе с его нормами, правилами и процедурами взаимоотношения между людьми и социальными группами. Они способствуют устранению социальных перекосов, созданию рациональной структуры экономики. Подобное предпринимательство способствует укреплению и дальнейшему развитию эффективной предпринимательской среды, насыщению товарных рынков и рынков услуг, пополнению региональных и местных бюджетов, росту занятости и заработной платы, увеличению инвестиционных расходов, укреплению позиций среднего класса.

Необходимость создания предприятий с иностранной долей участия в нашей стране обусловлена тем, что подобное предпринимательство способствует вхождению России в систему международных экономических отношений, а также играет значительную роль в формировании рыночной инфраструктуры. Предприятия с иностранным капиталом отличает использование более передовой технологии, более высокий уровень производительности труда, фондоотдачи, эффективности экспорта, культуры производства и оказания услуг, а также заработной платы.

Следует отметить, что максимизация прибыли не является единственным

и основным мотивом создания предприятий с иностранным капиталом на территории нашей страны. Существуют и иные соображения. По экспертным оценкам 45% иностранных участников совместных предприятий в России намерены закрепить свои позиции сейчас в расчете на большую деятельность в будущем, 25% стремятся использовать дешевую и хорошо образованную рабочую силу, 20% заинтересованы в обширном российском рынке.

Макроэкономические последствия привлечения страной иностранных инвестиций однозначно определить невозможно. Как и любые другие экономические мероприятия, они приводят, с одной стороны, к положительным результатам, а с другой – к отрицательным. От того, насколько продумана долгосрочная политика и эффективны мероприятия правительства страны по привлечению иностранных инвестиций, зависит преобладание положительных результатов над негативными последствиями притока иностранного капитала в национальную экономику. Рассмотрим некоторые аспекты притока иностранных инвестиций в региональную экономику.

Рынок труда представляет собой один из наиболее важных сегментов современной экономики. Предприятия с иностранным участием, работающие на национальных рынках, предоставляют населению этих стран рабочие места и заработную плату выше сложившегося там уровня. Например, в шести странах (Аргентине, Бразилии, Чили, Мексике, Филиппинах и Индии) инвесторы создали рабочие места в общей сложности для 2 млн. человек, не считая организации рабочих мест в компаниях, предоставляющих товары и услуги иностранным инвесторам. Размеры такой косвенной занятости даже превышают предоставление рабочих мест напрямую, по некоторым оценкам, коэффициент может составлять 1,6 [16].

Как следует из данных таблицы 1, на предприятиях с иностранной долей участия в Орловской области в течение анализируемого периода росла численность занятых. В 2013 г. она превысила показатель 2011 г. на 103 чел. (что соответствует 101,0% темпам роста). Необходимо отметить, что среднегодовая численность занятых в организациях Орловской области в 2013 г. составила 393,9 тыс. чел. [10, 5]. Таким образом, численность занятых на предприятиях с иностранной долей участия в 2013 г. составила 2,6%. Среднегодовая численность занятых в организациях Орловской области в 2011 г. составила 392,8 тыс. чел., а на предприятиях с иностранной долей участия – 9853 чел., т.е. доля занятых на предприятиях с иностранным капиталом составляла 2,5%. Среднегодовая численность занятых в российской экономике в 2013 г. составляла 67785,0 тыс. чел., при этом на предприятиях с иностранной долей участия трудилось 3553,0 тыс. чел., т.е. доля работников предприятий с зарубежным капиталом составляла 5,2%. Данный факт подтверждает, что целью создания предприятий с иностранной долей участия является не только привлечение иностранных инвестиций в экономику региона, но и создание на его территории дополнительных рабочих мест.

Таблица 1 – Численность работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2011-2013 гг., чел [17]

Наименование видов экономической деятельности	Всего			Отклонение 2013 г. от 2011 г.	Темп роста 2013 г. к 2011 г.
	2011 г.	2012 г.	2013 г.		
Орловская область, всего	10142	9853	10245	103	101,0
в том числе по видам деятельности:					
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	1209	1233	1313	104	108,6
обрабатывающие производства	6385	6205	6124	-261	95,9
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	...	...	...	...	...
строительство	...	68	67	...	...
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1032	1277	1491	459	144,5
транспорт и связь	440	416	384	-56	87,3
финансовая деятельность	325			-325	0,0
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	186	327	542	356	291,4
здравоохранение и предоставление социальных услуг	...	...	...	...	...

На основании данных таблицы 1 можно сделать вывод, что большая часть персонала предприятий с иностранными инвестициями трудится в отрасли «Обрабатывающие производства»: в 2011 г. среднесписочная численность персонала здесь составляла 6385 чел., в 2012 г. – 6205 чел., в 2013 г. – 6124 чел. Таким образом, в 2013 г. численность занятых на предприятиях отрасли сократилась на 261 чел. (что соответствует 95,9% темпам роста). Доля занятых на предприятиях данной отрасли в 2011 г. составила 65,8%; в 2012 г. – 64,7%; в 2013 г. – 61,8% (рис. 1).

Значительное количество персонала занято на предприятиях с иностранным участием отрасли «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования»: в 2011 г. на предприятиях этой отрасли трудилось 1032 чел., в 2012 г. – 1277 чел., в 2013 г. – 1491 чел. Таким образом, в 2013 г. на предприятиях данной отрасли

трудилось на 459 чел. Больше, чем в 2011 г. (что соответствует 144,5% темпам роста). Доля занятых на предприятиях с иностранным участием данной отрасли составила в 2011 г. – 11,1%; в 2012 г. – 13,0%; в 2013 г. – 14,6% (рис. 1).

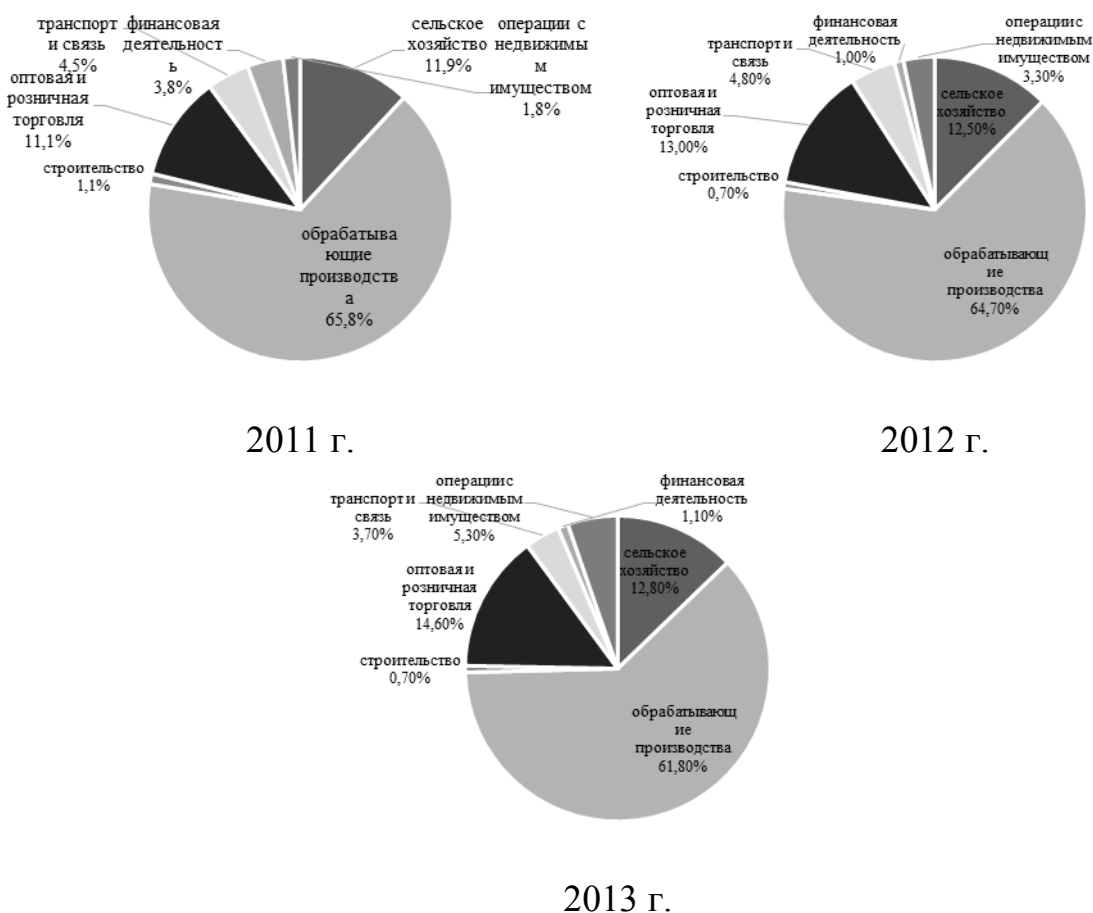


Рисунок 1 – Структура среднесписочной численности занятых на предприятиях с иностранным участием в Орловской области по видам экономической деятельности в 2011-2013 гг.

Как уже отмечалось, в Орловской области значимую роль играют предприятия с иностранной долей участия, созданные в отрасли «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство». Среднесписочная численность персонала, трудящегося на предприятиях отрасли в 2011 г. составила 1209 чел., в 2012 г. – 1233 чел., в 2013 г. – 1313 чел. Таким образом, в 2013 г. численность занятых на данных предприятиях превысила показатель 2011 г. на 104 чел. (что соответствует 108,6% темпам роста). Следует отметить, что в течение анализируемого периода среднесписочная численность занятых на предприятиях с иностранным участием устойчиво росла: в 2011 г. она составляла 11,9%; в 2012 г. – 12,5%; в 2013 г. – 12,8% (рис. 1).

Динамика фонда начисленной заработной платы работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2010-2013 гг. представлена в таблице 2. Как следует из приведенных данных, фонд начисленной заработной платы уве-

личивался в течение всего анализируемого периода: в 2011 г. он составил 2066305,3 тыс. руб., в 2012 г. – 2577312,0 тыс. руб., в 2013 г. – 2905743,7 тыс. руб. Таким образом, ФОТ в 2013 г. в сравнении с 2011 г. увеличился на 839438,4 тыс. руб. (что соответствует 140,6% темпам роста).

Таблица 2 – Фонд начисленной заработной платы работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2010-2013 гг., тыс. руб. [15]

Наименование видов экономической деятельности	Всего			Отклонение 2013 г. от 2011 г.	Темп роста 2013 г. к 2011 г.
	2011 г.	2012 г.	2013 г.		
Орловская область, всего	2066305,3	2577312,0	2905743,7	839438,4	140,6
в том числе по видам деятельности:					
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	140740,5	225073,6	269699,2	128958,7	191,6
обрабатывающие производства	1305660,4	1735151,0	1907627,2	601966,8	146,1
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	...	...	...	...	...
строительство	...	16057,5	7818,5	-	-
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	186665,8	281668,0	360507,1	173841,3	193,1
транспорт и связь	142810,0	172800,7	178675,8	35865,8	125,1
финансовая деятельность	113848,3			-113848,3	0,0
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	34395,2	51962,1	84751,0	50355,8	246,4
здравоохранение и предоставление социальных услуг	...	...	...	...	...

Наиболее высокими темпами увеличивался фонд начисленной заработной платы работников на предприятиях с иностранной долей участия в отрасли «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – на 246,4%; в отрасли «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» – 193,1%; в отрасли «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» – 191,6%.

Наибольший размер фонда начисленной заработной платы сложился в отрасли «Обрабатывающие производства»: в 2013 г. его объем составил 1907627,2 тыс. руб. (или 65,7% совокупного его значения для предприятий с иностранным капиталом). Размер фонда начисленной заработной платы в отрасли «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» в 2013 г. составил 360507,1 тыс. руб. (или 12,4%).

Как следует из данных рисунка 2 и таблицы 3, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на предприятиях с иностранной долей участия в течение анализируемого периода устойчиво росла: в 2011 г. ее величина составила 21452,3 руб.; в 2012 г. – 22905,9 руб.; в 2013 г. – 25098,3 руб. Таким образом, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на предприятиях с иностранной долей Орловской области в 2013 г. увеличилась в сравнении с 2011 г. на 3646 руб. (что соответствует 117,0% темпам роста). В это же время среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на всех предприятиях отрасли увеличилась на 5493,4 руб. (что соответствует 135,4% темпам роста). Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на предприятиях с иностранной долей участия в 2013 г. составила 119,4% по отношению к среднеобластному уровню.

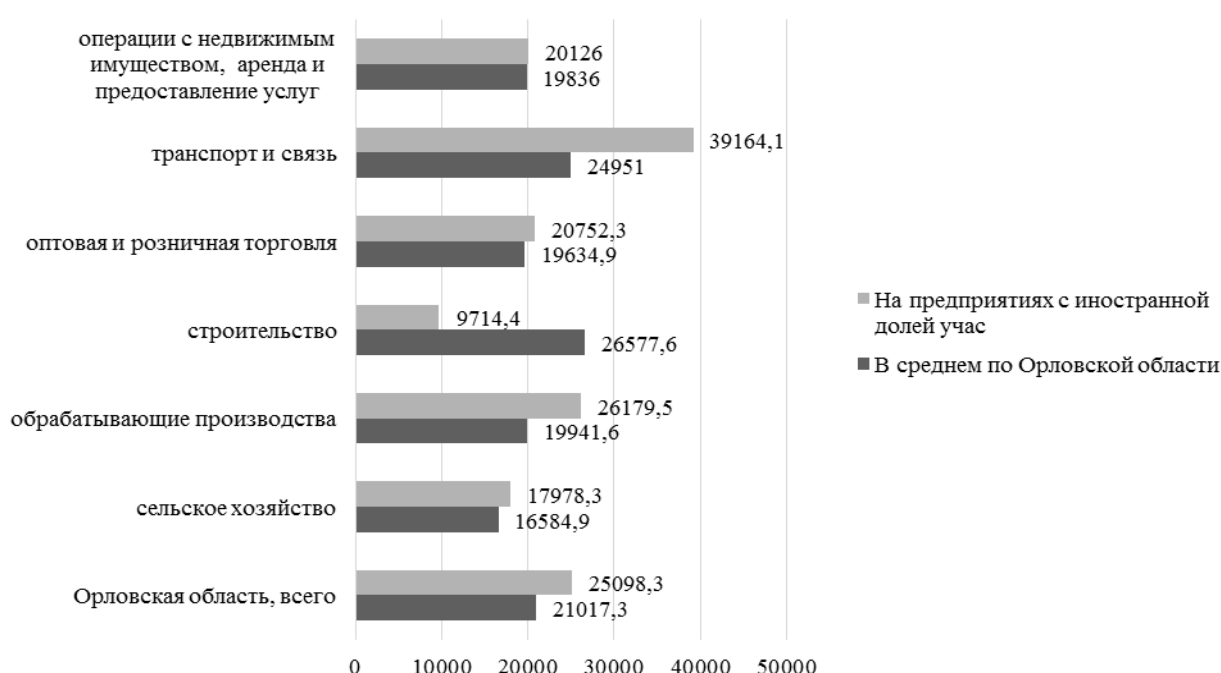


Рисунок 2 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2010-2013 гг., руб. [14]

Необходимо отметить, что самая высокая заработная плата на предприятиях с иностранным участием сложилась в отрасли «Транспорт и связь»: в 2013 г. она составила 39164,1 руб. Самая низкая заработная плата в 2013 г. имела место в отрасли «Строительство» – 9714,4 руб. В тоже время в целом по Орловской области самый высокий уровень оплаты труда имел место в отрасли «Строительство» – 26577,6 руб., а наименьший в отрасли «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» – 16584,9 руб.

Как следует из данных рисунка 2 и таблицы 3, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на предприятиях с иностранной долей участия по всем видам экономической деятельности, кроме отрасли «Строительство», превышает среднеобластной уровень:

Таблица 3 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2011-2013 гг., тыс. руб. [14]

Наименование видов экономической деятельности	Всего по области					На предприятиях с иностранной долей участия				
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	отклонение 2013 г. от 2011 г.	темпы роста 2013 г. к 2011 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	отклонение 2013 г. от 2011 г.	темпы роста 2013 г. к 2011 г.
Орловская область, всего	15,5	18,3	21,0	5,5	135,4	21,5	22,9	25,1	3,6	117,0
в том числе по видам деятельности:										
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	12,7	14,7	16,6	3,9	130,6	16,1	15,9	17,9	1,8	111,6
обрабатывающие производства	15,6	17,8	19,9	4,3	127,6	20,6	23,5	26,2	5,6	127,4
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	18,1	19,4	...	...	...	24,9	...	...	...	...
строительство	21,5	25,3	26,6	5,1	123,4	17,3	18,1	9,7	-7,6	56,0
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	15,9	17,9	19,6	3,8	123,8	19,3	19,2	20,8	1,5	107,7
транспорт и связь	20,6	22,5	24,9	4,4	121,3	33,6	35,2	39,1	5,5	116,6
финансовая деятельность	31,6	36,9	...	-31,6	0,0	36,3	...	...	-36,3	0,0
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	15,8	17,9	19,8	4,0	125,9	17,1	21,0	20,1	3,0	117,7
здравоохранение и предоставление социальных услуг	9,7	12,6	...	...	...	...	...	...	...	...

- По отрасли «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» – на 8,4%.
- По отрасли «Обрабатывающие производства» – на 31,3%.
- По отрасли «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного

пользования» – на 5,7%.

- По отрасли «Транспорт и связь» – на 57,0%.
- По отрасли «Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – на 1,5%.

Список литературы:

1. Абдуллаев А.З. Актуальные проблемы функционирования предприятий с иностранными инвестициями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/PNR_2006/Economics/2_abdullaev.doc.htm.
2. Багаутдинова А.Ф. Доходы населения в условиях рыночной экономики. Уровень и качество жизни [Электронный ресурс]: дисс. ... к.э.н. – Режим доступа: <http://referat.yabotanik.ru/jekonomicheskaya-teoriya/dohody-naseleniya-v-usloviyah-rynochnoj-jekonomiki/134494.html>.
3. Взносы иностранных юридических и физических лиц в уставный капитал предприятий и организаций с участием иностранного капитала в 2011-2013 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>.
4. Инвестиционная привлекательность региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bujet.ru/region/info/74714.php>.
5. Инвестиционная привлекательность регионов 2013: акцент на инфраструктуру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raexpert.ru/ratings/regions/2013/att1/att1-1/>.
6. Инвестиционный рейтинг регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/concept>.
7. Кевра Г.И. Статистический анализ развития совместного предпринимательства на территории Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/statisticheskij-analiz-razvitiya-sovmestnogo-predprinimatelstva-na-territorii-belarusi>.
8. Муслимова К.А. Проблемы формирования денежных доходов населения РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs-72-722014/item/3252-2014-12-22-07-49-24>.
9. Оборот предприятий с иностранной долей участия в Орловской области в 2011-2013 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>.
10. Орловская область 2008-2013: стат. сб-к. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2014. – 319 с.
11. Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами предприятиями с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности Орловской области в фактических ценах в 2011-2013 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Ре-

жим доступа: <http://orel.gks.ru/>.

12. Россия в цифрах. 2014: крат. стат. сб. – М.: Росстат, 2014. – 558 с.

13. Савин К.Н., Нижегородов Е.В. Экономические процессы в мировом хозяйстве: введение в экономический анализ: учебное пособие. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – 300 с.

14. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2010-2013 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>.

15. Фонд начисленной заработной платы работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2010-2013 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>.

16. Хозяинова М. Прямые инвестиции и национальная экономика: мировой опыт [Электронный ресурс] // Рынок ценных бумаг. – 1998. – №21. – Режим доступа: <http://old.rcb.ru/archive/articles.asp?id=553>.

17. Численность работников на предприятиях с иностранной долей участия по хозяйственным видам экономической деятельности в Орловской области в 2011-2013 гг. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>.

18. Шамбер Т.А. Совместные предприятия как фактор экономического развития промышленного региона [Электронный ресурс]: дисс. к.э.н. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/sovmestnye-predpriyatiya-kak-faktor-ekonomicheskogo-razvitiya-promyshlennogo-regiona#ixzz3eCjBOiVn>.

Лыгина Нина Ивановна

*д.э.н., профессор кафедры маркетинга и торгового дела
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
телефон: 8(4862) 432917*

Рудакова Ольга Викторовна

*д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rudakova71@yandex.ru*

УДК 331.101.262

А.В. Крылова, Ю.В. Зевакина

РОЛЬ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ В ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье затрагивается вопрос роли человеческих ресурсов в эффективности деятельности предприятия. Дано определение человеческих ресурсов и их характеристики. Исследованы параметры, влияющие на качество рабочей силы. Изучено влияние качества и эффективного использования трудовых ресурсов на результаты работы предприятия.

Ключевые слова : трудовые ресурсы, персонал, роль трудовых ресурсов в деятельности предприятия, качество трудовых ресурсов, характеристика трудовых ресурсов, эффективное использование трудовых ресурсов.

Трудовые ресурсы являются одним из важнейших элементов деятельности организации. Трудовые ресурсы предприятия – это совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав. Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами, их рациональное использование являются ключевыми факторами успешной работы предприятия. Именно поэтому в настоящее время так актуальна проблема повышения качества трудовых ресурсов и эффективности их использования в процессе деятельности организации.

Трудовые ресурсы – это главная производительная сила общества, включающая трудоспособную часть населения страны, которая обладает физическими и интеллектуальными возможностями для производства материальных благ и услуг. Важнейшей характеристикой трудовых ресурсов является их качество. Качество трудовых ресурсов предприятия определяется такими показателями, как возраст, уровень образования, культуры, здоровья и навыков. От качества и эффективности трудовых ресурсов зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. На основании этого одна из важнейших задач, стоящих перед руководителем фирмы – это правильно подобранный персонал и эффективное его использование. Для того, чтобы правильно подобрать персонал и организовать его работу необходимо постоянно изучать и совершенствовать трудовые ресурсы. Для характеристики трудовых ресурсов (кадров) на предприятии используют систему количественных, качественных и структурных показателей.

К качественным характеристикам трудовых ресурсов относятся экономические, личностные, организационно-технические, социально-культурные показатели. Данные показатели позволяют определить качественный состав персонала, а именно насколько высоким является уровень его подготовки, уровень образования и культуры, творческая активность и желание работать.

Производительность труда напрямую зависит от качественных характеристик, следовательно чем выше качественные характеристики трудовых ресурсов тем эффективнее работает предприятие.

Количественные характеристики представляют собой явочный состав работников, списочный состав, среднесписочную численность, среднюю фактическую численность. Явочный состав – это минимально необходимое число работников, которые должны ежедневно являться на работу для выполнения задания в установленные сроки. Списочный состав – это все постоянные и переменные работники, числящиеся на предприятии, как выполняющие в данный момент работу, так и находящиеся в очередных отпусках, командировках. Списочная численность работников может быть установлена на определенную дату. При подборе персонала списочная численность рассчитывается по формуле :

$$Ч_{сп} = Ч_{яв} \times (1 + К_{зам}) \quad (1)$$

где $Ч_{сп}$ – списочная численность работников;

$Ч_{яв}$ – явочная численность работников;

$К_{зам}$ – общий коэффициент замещения.

Количественные характеристики трудовых ресурсов также очень важны в деятельности любого предприятия. На основании расчета и анализа данных о количестве работников делаются выводы о необходимой численности трудовых ресурсов и изменении в их структуре. Своевременное выявление и устранение проблем, связанных с количественными характеристиками работников, позволяет предприятию успешно организовывать свою деятельность и не тратить время и средства на их последствия .

Структурные характеристики трудовых ресурсов отображают состав и количественное соотношение отдельных категорий и групп работников. Они различаются по функциональному и квалификационному признакам. По функциональному признаку работники предприятия делятся на группы: непромышленный персонал и промышленно-производственный персонал – работники непосредственно связанные с основной деятельностью (с процессом производства). Промышленно-производственный персонал предприятия делится на категории:

1. Рабочие (основные и вспомогательные) непосредственно занятые созданием материальных ценностей, ремонтом основных средств, перемещением грузов, оказанием материальных услуг. По уровню квалификации различают высококвалифицированные, квалифицированные, неквалифицированные работники, младший обслуживающий персонал (дворники, уборщики).

2. Служащие. К служащим относятся руководители, которые подразделяются на линейных и функциональных и на руководителей высшего, среднего и низового звена управления (директор, заместитель директора, главные специалисты); специалисты (инженер-технолог, экономист, бухгалтер); собственно служащие (занятые подготовкой документации, учетом и контролем, хозяй-

ственным обслуживанием, делопроизводством.

По квалификационному признаку работники предприятия делятся по профессии, специальностям и уровню квалификации. Квалификация характеризует разделение труда внутри профессиональной группы. Уровень квалификации находит отражение в компетенциях специалиста (знания, умения и навыки). Структурные характеристики трудовых ресурсов предприятия позволяют оценить их состав и выявить необходимое соотношение тех или иных работников, с определенными характеристиками. Поскольку трудовые ресурсы постоянно находятся в движении, для предприятия является необходимым постоянная оценка его структурных данных, для того чтобы контролировать их состав и обеспечить рациональное использование.

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующий вывод. Трудовые ресурсы являются существенным элементом в процессе деятельности предприятия, так как за счет них происходит ее осуществление. От того, каким набором характеристик обладает персонал предприятия зависит его работа в целом. Квалифицированные работники с добросовестным отношением к труду и пониманием своего дела позволяют предприятию добиться эффективной деятельности, тогда как персонал, не заинтересованный в высоких результатах работы способен значительно ухудшить ее. Перед руководителем стоит задача подобрать персонал с высокими характеристиками, и постоянно следить за изменениями в нем. Это позволит наиболее эффективно использовать трудовые ресурсы и добиться наивысших показателей деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Волков О.И., Десяткин О.В. Экономика предприятия : учебник. – М.: Инфра-М, 2010. – 57 с.
2. Зими́на Л.В., Смагина И.В. Использование информационных технологий в статистическом исследовании взаимосвязей социально-экономических показателей // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 22-26.
3. Ильминская С.А., Голоктионов Д.А. Формирование трудового потенциала организации в инновационной экономике // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 2 (8). – С. 251-257.
4. Исраилов М.В. Трудовые ресурсы и развитие регионального рынка труда // Молодой ученый. – 2013. – №7. – С. 174-178.
5. Кантор Е.Л., Маховикова Г.А., Кантор В.Е. Экономика предприятия: учебник. – СПб: Питер, 2012. – 66 с.
6. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Экономика труда: учебник. – М.: Волтерс Клувер, 2011. – 182 с.
7. Петров В.И. Анализ использования трудовых ресурсов предприятия // Современное управление. – 2010. – №12. – С. 21-25.
8. Шманев С.В., Гринев Г.В. Роль человеческого капитала и снижения производственных рисков в опережающем развитии России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – № 1. – С. 276-279.

9. Шманев С.В., Рябов К.В. Роль человеческого фактора в процессе глобализации социально-экономических отношений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – № 2 (28). – С. 106-112.

Крылова Анна Викторовна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: annasofiy@mail.ru

Зевакина Юлия Викторовна

студентка 3 курса факультета управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: annasofiy@mail.ru

УДК 330.322.2

Ю.В. Разоренова

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Активизация инновационной деятельности оказывает благотворное влияние на развитие экономики и формирование новых технологических укладов, повышает конкурентоспособность продукции, ускоряет выход из экономических кризисов за счет подъем производства. Организация продуманной системы финансового обеспечения инноваций является задачей первостепенной важности не только для отдельных предприятий, но и для государства в целом.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, финансирование, экономический рост, венчурное финансирование.

Последние десятилетия 20 в. стали для России и многих стран Запада временем перехода на инновационный путь развития, от «сырьевой экономики» к экономике знаний, где главным фактором успеха становятся конкурентные преимущества в области уникальных и недоступных другим знаний, создание на основе инноваций новых видов продуктов, технологий и процессов, а также их введение в повседневную жизнь общества и государства.

Инновация – это реализованный на рынке результат, полученный от вложения капитала в новый продукт или услугу (технология, процесс). Главная цель инновационной деятельности заключается не только в том, чтобы разработать новшества, но и в том, чтобы вывести инновационную продукцию на рынок (коммерциализация результатов рыночной деятельности), развитие научно-

технического прогресса, а также конкуренции. Поэтому в ней заинтересованы и публичные образования и частный капитал.

Основными источниками финансирования инновационной деятельности в России являются:

- внебюджетные средства: собственные средства организаций, осуществляющих инновационную деятельность, а также средства инвесторов;
- бюджетные средства: средства бюджетов субъектов федерации, местных бюджетов, а также средства федерального бюджета.

Финансирование инновационной деятельности с помощью бюджетных средств, осуществляется в соответствии с целями и приоритетами государственной инновационной политики и ориентировано на решение крупномасштабных научных и технических проблем, а также на поддержку малого и среднего бизнеса.

Субъекты инновационной деятельности самостоятельно определяют структуру, способы и источники привлечения денежных средств.

Инновационная деятельность организации ведется как за счет внутренних, так и внешних источников.

За счет средств инвесторов осуществляется финансирование инновационной деятельности. Данное финансирование реализуется в следующих формах:

- инвестиции в ценные бумаги (акции, облигации, векселя);
- кредитные инвестиции;
- прямые вложения в денежной форме, в виде основных фондов, ценных бумаг, интеллектуальной и промышленной собственности, и прав на них, осуществляемых в виде партнерских соглашений о совместном ведении инновационной деятельности;
- путем использования лизинга и других способов привлечения инвестиций.

Одним из главных методов финансирования инновационной деятельности является венчурное финансирование. Данный вид финансирования осуществляется в малые и средние инновационные предприятия без предоставления ими какого-либо вклада или залога, в отличие от банковского кредитования. Главным отличием венчурного инвестора от стратегического инвестора, является то, что венчурный инвестор не стремится приобрести контрольный пакет акций инвестируемой компании.

В связи со значительным уровнем риска и неопределенности, присущим инновационной деятельности, можно выделить основные принципы и системы финансирования инноваций:

- целесообразность финансирования;
- юридическая защищенность и обоснованность методов финансирования;
- четкая целевая ориентация финансирования, которая обеспечивает эффективность внедрения инноваций;
- множественность источников финансирования;
- принцип инновационной экономии.

Данный принцип заключается в отборе, внедрении и финансировании тех инновационных технологий, которые позволяют экономить средства региональных и местных бюджетов в долгосрочной и краткосрочной перспективе.

Уровень капитализации банковской системы, тем выше, чем более развита национальная экономика. В развитых странах и экономиках мира, показатель «капитал национальных банков/ВВП» доходит до 12-16%, то в России он пока равен 6%. Кроме того, в России отношение активов банковской системы к ВВП в последние годы не превышает 40%, тогда как в большинстве ведущих стран мира аналогичное отношение находится в диапазоне 200-350%.

Инновационная деятельность включает множество этапов, а также ею заняты различные предприятия и организации, важно равномерно обеспечивать последовательное финансирование всех этапов (НИОКР, разработка опытного образца, создание головного образца, серийное производство нового вида товара) и всех участников.

Решению данной задачи способствуют надлежащее финансирование инновационных программ, разработка системы, проектное финансирование, создание специальных финансирующих институтов (инновационных банков, инновационных фондов, венчурных фондов).

Рассмотрим основные проблемы коммерциализации российских разработок, к ним относятся:

- незавершенность большинства исследований;
- низкий уровень юридической грамотности;
- сложность коммерческой оценки предлагаемой разработки, технологии;
- недостаточность инфраструктуры по коммерциализации технологий.

Если проанализировать все источники финансирования инновационной деятельности, то можно сделать вывод то, что наиболее выгодным видом финансирования для организации является бюджетное финансирование, которое осуществляется на безвозвратной и безвозмездной основе. Наиболее важным при принятии решений о финансировании организации является точный выбор приоритетов, все усилия и финансовые ресурсы необходимо сконцентрировать в тех направлениях, в которых имеются наибольший инновационный потенциал и серьезные научно-технические достижения.

Для более объективной и комплексной оценки финансирования инновационной деятельности используют три группы ключевых показателей эффективности.

К первой группе показателей относится, базовый показатель, который позволяет отслеживать величину затрат организации на проведение НИОКР, а также он является индикатором достаточной планомерности и финансирования.

Ко второй группе относятся, показатели общего экономического роста, которые дают возможность отразить такие параметры предприятия, как: качество продукции, себестоимость, производительность труда и т.д., за счет улучшения которых организация получит преимущества и улучшит свою конкурентоспособность.

К третьей группе показателей относятся показатели эффективности инно-

вационной деятельности, которые оказывают влияние на технологические и продуктовые инновации, отражают результативность выполнения НИОКР. Показатели данных трех групп позволяют качественно охарактеризовать и количественно оценить ожидаемые результаты финансирования инновационной деятельности организации, и являются достаточными при комплексной оценке эффективности инновационной деятельности.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что стимулирование роста высокотехнологичных секторов в России может быть успешным, если государство будет участвовать в венчурных инвестициях, нежели чем в выделении прямых государственных инвестиций.

Список литературы:

1. Арманшина Г.Р., Захарова Т.В. Инновационная политика: системный подход // Вестник ОрелГИЭТ. 2011. № 4 (18). С. 10-16.
2. Баранчеев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями: учебник для студ. вузов. – М.: Юрайт, 2011. – 711 с.
3. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Экономическая оценка инвестиций: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 240 с.
4. Блок А.В., Савина А.Г., Шаникова И.А. Роль и формы проявления эмерджентности в социально-экономических системах // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (7). – С. 296-299.
5. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика: учеб. пособие для вузов. – М.: Эксмо, 2008. – 432 с.
6. Голоктионова Ю.Г., Комиссарова Е.А., Лисичкина Н.В. Системный анализ и проблемы принятия решений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (23). – С. 107-115.
7. Ильминская С.А. Эффективность экономики: критерии и показатели // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. - № 4 (14). – С. 103-107.
8. Комиссарова Е.А., Голоктионова Ю.Г. О динамике экономической конъюнктуры в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – № 1 (5). – С. 354-359.
9. Коммерческая и общественная эффективность инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://revolution.allbest.ru/finance/00068761_0.html.
10. Крылова А.В., Царева М.И. Инновации в системе управления экономической безопасностью промышленных предприятий и проблемы их реализации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – № 2 (10). – С. 198-202.
11. Лисичкина Н.В. Инвестиционная политика государства и проблемы экономического развития промышленности // Транспортное дело России. – 2013. – № 4. – С. 14-15.
12. Лисичкина Н.В., Голоктионова Ю.Г. Институционально-синергетический подход к моделированию и оценке инновационно-инвестиционной деятельности // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6-5. – С. 987-991.

13. Паршутина И.Г. Инновационные формы развития организаций как объект управления // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – № 4 (6). – С. 125-132.
14. Паршутина И.Г., Шманев С.В. Динамическая модель прогнозирования эффективности инвестиций в инновационные проекты на промышленном предприятии // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 34-38.
15. Поддержки инновационной деятельности в России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.net/10_60027_funktsii-formi-i-napravleniya-gosudarstvennoy-podderzhki-innovatsionnoy-deyatelnosti-v-rossii.html.
16. Финансирование инновационной деятельности в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marsiada.ru/357/464/726/512>.
17. Фунтов В.Н. Основы управления проектами в компании: учеб. пособие для вузов. - 3-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2011. – 400 с.
18. Шманев С.В. Управление инновациями на основе концепции расслоенных пространств // Вестник ОрелГИЭТ. – 2007. – № 2 (2). – С. 71-80.
19. Шманёв С.В., Лисичкина Н.В. Основные тенденции развития инвестиционных процессов в экономике России // Транспортное дело России. – 2008. – № 2. – С. 72-76.
20. Шманёв С.В., Паршутина И.Г., Перепечаева Е.С. Менеджмент инновационной деятельности промышленных предприятий в условиях неопределенности и риска // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2013. – № 4. – С. 56-62.

Разоренова Юлия Викторовна

студентка 4 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: rio-ogiet@mail.ru

Научный руководитель

Лисичкина Наталия Владимировна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: rio-ogiet@mail.ru

МАРКЕТИНГ

УДК 658.8:659.117

Т.Н. Макарова, Е.А. Сотникова, И.В. Жеданкова

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ПРОМО-АКЦИЙ И ИХ
ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

В статье рассмотрены основные вопросы организации и проведения промо-акций: цели, причины, этапы, выбор отдельных рекламных приемов, эффективность.

Ключевые слова: Промо-акции, реклама, промоутеры, мерчендайзинг.

Реклама давно уже стала фактором культурной, политической и экономической жизни общества. Являясь связующим звеном между производителем и потребителем, реклама способствует развитию общества. Она всегда была и есть одним из важных рычагов, стимулирующих процесс производства и выпуска новых товаров. Реклама в торговой деятельности выступает не только как «двигатель торговли», но и как особенный «двигатель прогресса».

Трудно представить сегодня успешное предприятие или компанию, которая не пользуется рекламными услугами. Реклама является неотъемлемой частью продвижения продукции, особенно учитывая современное многообразие товаров и жесткую конкуренцию.

Но так ли эффективна старая добрая реклама, изрядно поднадоевшая и скучная на интересные идеи? Сегодня покупатель уже не бежит в магазин, внимая каждому слову, сошедшему с экрана, а желает чего-то большего, осязаемого и увлекательного. Именно поэтому рекламные кампании приняли образ промо-акций, призванных максимально эффективно продвигать товары и услуги.

Промо-акции – мощный рекламный инструмент, который позволяет серьезно поднять продажи отдельного товара или громко заявить о компании в целом. В отличие от традиционных видов рекламы (ТВ, радио, СМИ), в промо-акциях потенциальные клиенты участвуют лично [8]. Тот факт, что компания не боится продемонстрировать качество своей продукции, внушает доверие, а это, в конечном итоге, приводит к росту продаж и популярности бренда. Но только в том случае, если продукт так же хорош, как о нем говорят в рекламной акции. «Начинка» должна соответствовать «обертке».

Эффективность промо-акций обусловлена многими факторами, но в большей мере на успех такого хода влияет именно человеческий фактор – промоутеры выбирают из массы клиентов только тех, которые могут стать реальными покупателями.

Основной слагаемой процесса является раскрытие всех преимуществ и

качеств товара, что позволяет потребителю по достоинству его оценить или даже попробовать. Такая реклама на 80% эффективнее, чем другие виды (билборды, плакаты) [6].

Основным преимуществом промо-акций является возможность напрямую пообщаться с покупателем. После проведения промо-акции, продажи продвигаемого товара в торговой точке повышаются в несколько раз. А правильный мерчендайзинг, поможет на долгое время сохранить эффект.

Организацией промо-акций занимаются специализированные компании, которые продвигают товар путем проведения рекламных кампаний. Промо-акции позволяют делать продвижение компании, осуществляя параллельно еще и следующие цели:

1) Информирование потенциальных потребителей о появлении или изменении продукта или услуги, а также о тех условиях продаж, которые у вас существуют.

2) Убеждение покупателя приобрести именно этот товар, а не конкурентный, хоть они и стоят на одной полке.

3) Заставить покупателя сделать что-то сейчас, в данный момент, а не отложить на будущее. Благодаря промо-акциям покупается товар именно здесь и сейчас, именно в этом магазине [4].

Такие рекламные акции называются промоушен, что в переводе с английского языка означает «двигать вперед». То есть продвигать потенциального покупателя к определенному действию. На первый взгляд подобный контакт с потенциальным клиентом может быть слишком мимолетным и даже не имеющим особого значения, однако яркость, звучность и запоминаемость костюмов и рекламных материалов, используемых в рекламной акции, вызывает интерес к ней и даже формирует положительное мнение о рекламируемом товаре или фирме.[4] Промо-акции продвигают продукт на рынке среди высоко конкурентной продукции, мотивируют клиентов на покупку, а также формируют длительный положительный имидж фирмы и резко повышают объемы продаж. При этом можно каждый раз использовать разные подходы, разные виды промо-акций.

Основные правила организации и проведения успешной промо-акции:

- 1) тщательно продумать место проведения промо-акции;
- 2) учесть к какой целевой аудитории она будет направлена;
- 3) использовать креативный подход;
- 4) заранее планировать бюджет промо-акции с учетом ее масштаба;
- 5) подобрать энергичных промоутеров, обеспечить их всей нужной информацией, а также для желаемого эффекта облачить их в костюмы или спецодежду, напрямую ассоциируемую с компанией.

Цели промоакций:

- переключить внимание покупателей с продукции конкурентов на продвигаемый товар,
- повысить узнаваемость товара,
- повысить объем продаж,

- мотивировать потребителя совершить пробную покупку,
- сформировать / повысить лояльность потребителя к рекламируемому товару.

При слове «промо-акция», как правило, в первую очередь представляются симпатичные молодые парни и девушки, раздающие на улице прохожим листовки и буклеты. Но это далеко не единственный способ рекламы. Так же существуют и другие возможности распространения информации, такие как презентация, семплинг, дегустация, свич-селлинг, консультации с демонстрацией технических свойств, подарок за покупку, лифлейтинг (раздача листовок, газет, флаеров) и т.д.

Бесплатная дегустация один из самых популярных у потребителей видов промо-акции. Такие рекламные акции привлекают большое количество людей, которые могут непосредственно оценить тот или иной продукт, после чего, возможно, многие тут же решат его купить. Ту же цель – дать попробовать – преследуют и другие рекламные промо-акции. Например, семплинг, при котором, кроме информации, раздают еще и пробники или призы. Человек получает возможность бесплатно попробовать продукт и оценить все его качества, что, безусловно, позволяет выбирать среди всех предлагаемых товаров наилучший [1].

Привлекательна рекламная промо-акция, при которой происходит обмен товара конкурентов на аналогичный, называется свич-селлинг. Подробно, со всеми нюансами узнать о товаре можно во время презентации или на выставках.

Промоутеры играют важнейшую роль в рекламных акциях. Это главные действующие лица любой промо-акции. Рекламная промо-акция строится на живом общении промоутера с потенциальными потребителями. Важно, чтобы промоутер был привлекателен, чтобы его образ прочно был связан с имиджем компании. Рекламный буклет нужно не просто всунуть в руки прохожему, а еще и передать устно и кратко необходимую информацию о товаре.

Наиболее популярными и эффективными видами рекламных акций являются:

- раздача листовок и флаеров на улицах города;
- расклейка объявлений на подъездах жилых домов;
- распространение рекламной продукции по почтовым ящикам;
- семплинг (раздача пробных образцов продукции) – один из наиболее любимых населением вид промо-акций. Это эффективный инструмент, позволяющий потенциальным покупателям оценить продукт. Хорошо работает на увеличение лояльности потребителей.

- дегустация – используется для рекламы продуктов питания. При проведении дегустаций необходимо учесть множество мелочей, таких как постоянная замена продукции, хранение и транспортировка.

- подарок за покупку – всесторонний и наиболее часто используемый инструмент. Привлекательный и интересный подарок побуждает потребителя купить продукт. Для «подарка за покупку» часто используется метод 2+1: при покупке 2 единиц товара третья – в подарок.

- консультация клиента – проводится, как правило, для хорошо известной

продукции и способствует «повторному напоминанию о себе». Работа консультантов с такими товарами в местах продаж показывает отличные результаты.

- распространение листовок – хороший вариант, когда нужно донести информацию до большого количества потенциальных потребителей. В отличие от наружной рекламы, на листовку можно поместить большой объем информации. Остается только сделать так, чтобы покупатели захотели её прочитать.

- центр выдачи призов организуется для выдачи призов участникам какой-либо акции.

Каждое агентство может привести множество примеров, когда люди не приходят за выигранными подарками, если между известием о выигрыше и получением приза существует большой временной промежуток. Многие просто не верят в возможность выиграть что-то действительно хорошее и дорогое. Потребители больше верят мгновенным лотереям (купил, тут же выиграл, тут же получил подарок) [1].

При организации эффективной промо-акции необходимо учитывать множество аспектов:

- квалификация персонала, включая супервайзеров и координаторов;
- проведение акции: она должна принимать во внимание особенности продукта и задачи рекламной кампании. Для новых продуктов питания лучше всего подойдет дегустация; для известных товаров, когда требуется стимулировать спрос – подарок за покупку, для них же при общем высоком спросе (например, в предновогодний период) хорошо работают консультации;
- выбор точек проведения акции. При распространении листовок, важна не просто проходимость, а наличие целевой аудитории. При организации промо-акции в магазинах важен выбор самой площадки: для премиальных товаров это должны быть магазины с высоким доходом покупателей, для массового товара лучше подойдут магазины со средними ценами;
- соответствие подарочной программы выбранной целевой аудитории и стоимости покупки. И многие другие особенности и нюансы, ведь каждая промо-акция уникальна и универсального рецепта быть не может. Организовать действительно эффективную промо-акцию – непростая задача, но рекламные специалисты отлично с ней справляются.

Далее приведены причины, по которым топ-менеджеры компании принимают решение о проведении промо-акций:

- Необходимо поддержать продвижение на рынке нового продукта. Сегодня подавляющее большинство потребителей принадлежит к группе «консерваторов». Они не склонны покупать товары, свойства или вкус которых не знают. В этом случае наиболее эффективны: телереклама, призывающая «купить пельмени с креветками», и предоставление возможности потребителю попробовать их в магазине. Даже если товар нельзя попробовать, за время консультации потребитель получит о нем гораздо больше информации, чем может поместиться в 60-секундном ролике.

- Предстоит ликвидация товарного запаса. Промо-акция – один из самых эффективных способов избавления от излишков продукта и затоваривания на

складах: рост объема продаж во время такой акции может составить от 100 до 1500%. Но это не означает, что таким способом можно продать любой неликвид: нельзя недооценивать покупателя. Промо-акции, использующие приемы подарков и мелкооптовых покупок, проводятся во многих магазинах одежды для распродажи коллекций прошедшего сезона.

- Необходимо обеспечить продвижение товаров, для которых существуют законодательные ограничения по их рекламированию (алкоголь, сигареты). Законодательные ограничения обходятся компаниями, как с помощью брэндов, так и с использованием мер по стимулированию сбыта в местах продажи. Об этом говорит статистика: за последний год во многих компаниях значительно увеличен рекламный бюджет на проведение промоушен-кампаний. Объем рекламного рынка ВТL в прошлом году вырос до 1 млрд долларов, а к 2010 году объем российского рынка ВТL-рекламы может превысить 4 млрд долларов.

- Требуется поддержать имидж продукта. Если компания является лидером рынка, то промо-акция – хороший способ поддержания имиджа продукта среди своих покупателей. Примеры такого подхода можно увидеть у лидеров рынка безалкогольных напитков Coca-Cola и Pepsi.

- Предстоит продвижение сезонных товаров. Здесь ярким примером может служить туристический бизнес. К началу сезона отпусков многие туристические агентства проводят промо-акции по раздаче лифлетов с предложениями «горящих путевок». Летом увеличивается также рекламная активность компаний, производящих безалкогольные напитки, которые организуют многочисленные яркие игровые промо-акции [5].

Промо-акции имеют свои слабые и сильные стороны, как и любой метод стимулирования сбыта. Возможность личного контакта с потребителем – главное достоинство промо-акции, но одновременно – основной ее недостаток. Привлекаемый для промо-акции персонал может проявить халатность по отношению к своим обязанностям, что незамедлительно негативно скажется на результате. Недостаточное внимание к подготовке персонала (тренинги, подробные инструктажи) является главным фактором неуспеха промо-акций. Промо-утер должен нравиться целевой аудитории и вызывать у нее доверие. Для проведения дегустации чая, например, не стоит приглашать девушек модельной внешности: этот продукт чаще всего покупают женщины среднего возраста, которые скорее подойдут к невысокой миловидной девушке, вызывающей ассоциации с собственной дочерью [2].

Проблемой сэмплинга может также являться отсутствие условия первой покупки. Если потребителю не понравится товар, то вероятнее всего он его никогда не купит. К тому же снижается психологическая ценность товара для потребителя: то, что можно получить бесплатно, теряет свою притягательность. Потребителю гораздо приятнее получить мини-продукт в подарок к уже купленному товару. Поэтому если нет уверенности в качестве и уникальных свойствах продукта, следует серьезно задуматься о целесообразности проведения подобной акции.

Перегруженность крупных супермаркетов различными промо-акциями

также не способствует эффективности этого мероприятия. Когда армия промо-утеров наперебой предлагает попробовать множество различных продуктов, то покупатель либо ничего не запомнит, либо не обратит внимания на ваш продукт. Но еще хуже, если такая навязчивость вызовет стойкое чувство неприязни к предлагаемому товару. В крупных супермаркетах, особенно сетевых, есть расписание промо-акций на несколько месяцев вперед.

По окончании мероприятия объем продаж может вернуться на прежний уровень, а иногда даже происходит значительный спад продаж. Причиной тому может быть образовавшийся у покупателя запас продукта, например, при проведении акции по мелкооптовой покупке «купи две единицы, третью получи в подарок». Поэтому при планировании мероприятий по стимулированию сбыта необходимо учитывать такой фактор, как жизненный цикл товара [3].

Адекватная оценка эффективности промо-акций сегодня отсутствует, так как информация об объеме продаж фиксируется только в конкретных точках, где проходит промо-акция, что не дает представления об общей картине по рынку.

Промо-акция – один из самых эффективных способов избавления от излишков продукта и затоваривания на складах.

При подготовке промо-акции очень важно учитывать не только креативную составляющую мероприятия, но и особенности продвигаемого бренда, также необходимо чётко представлять, что именно нужно донести до потребителя, в противном случае проведение акции будет нецелесообразно.

Как правило, для продвижения продуктов питания используют акции с дегустацией товара, для раскрутки косметики и бытовой химии применяют акции по бесплатной раздаче пробников. Хорошо проявили себя промо-акции, связанные с распространением подарков, призов, купонов и подарочных сертификатов, стимулирующих покупателя совершать покупки данного товара.

Проведение акции заставляет покупателя иначе взглянуть на известный бренд, показывает товар в новом, выгодном свете. Успешность такого мероприятия объясняется тем, что промо-акции дают возможность обращаться к каждому покупателю персонально, при этом отрабатываются потребительские возражения, завоёвывается доверие к бренду. Покупатель, ничем не рискуя, может получить определённую выгоду, и тем самым формируются новые потребительские предпочтения.

Основная сложность в проведении промо-акций заключается в том, что благополучность мероприятия в большинстве своём зависит от опыта и мастерства организаторов. В первую очередь, нужно грамотно поставить цели и задачи акции, определить ожидаемый результат, для того чтобы после окончания мероприятия можно было оценить его итоги. Затем, нужно разработать стратегию достижения поставленных целей, продумать концепцию акции с учётом анализа потребительского рынка, предложений конкурирующих фирм.

Для этого нужно выявить сильные стороны продвигаемого бренда с позиций возможной выгоды для клиента, чтобы использовать эти лучшие стороны при продвижении.

Кроме этого, от организаторов потребуется, выбрать место и время про-

ведения акции. Им необходимо обеспечить промоутеров и продавцов рекламными материалами, инвентарём, форменной одеждой, провести с персоналом инструктаж на предмет отработки потребительских возражений и правильной реакции на действия конкурентов. Все нюансы подготовки промо-акций невозможно изложить в короткой статье, но бесспорным остаётся тот факт, что мероприятия по стимулированию спроса должны проводить профессионалы, хорошо зарекомендовавшие себя на рынке.

Во всем мире промо-акции пользуются большой популярностью. Россия – не исключение. Промо-акции – это настоящий Клондайк для любого рекламиста. Они позволяют осуществить оригинальные сценарии продвижения товаров и услуг, придать бренду эмоциональную окраску, с вероятностью 100 % «достучаться» до целевой аудитории.

Промо-акции отличаются особой зрелищностью, они прекрасно запоминаются потребителем. Именно эта особенность рекламной деятельности в торговле позволяет с большим успехом продвигать на рынок товары и услуги.

Список литературы:

1. Маркетинговое исследование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://odiplom.ru/marketing/marketingovoe-issledovanie-rynka-holodilnikov>.
2. Медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediastreet.ru/main/coolage/btl/promo/>.
3. Промоакции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://piartinfo.ru/services/promotions/>.
4. Промоакции и промоутеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://retail-navigator.ru/services/promoakcii-i-promoutery>.
5. Рекламные промоакции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sgqconsulting.ru/3-9-9-5-advertising-promotions.htm>.
6. Связи с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://referat.mirslovarei.com/d/862789/?page=63>.
7. Что такое промоакция? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.triplea.ru/interest/1506.html>.

Макарова Татьяна Николаевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: markening-ogiet@mail.ru

Сотникова Елена Анатольевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: markening-ogiet@mail.ru

Жеданкова Ирина Вячеславовна

студентка 4 курса финансово-экономического факультета

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: irinka-1008@mail.ru

Т.Н. Макарова, М.А. Степанова

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В статье рассмотрена роль маркетинговых коммуникаций в различных концепциях маркетинга, описаны современные носители рекламы, региональные рекламодатели.

Коммуникации, маркетинг, трафик, видеореклама, репутационный менеджмент, таргетированная реклама.

Различные организации являются как отправителями, так и получателями коммуникационных сигналов. В роли отправителя специалист по маркетинговым коммуникациям стремится проинформировать, убедить и побудить рынок предпринять действие, соответствующее его интересам. Как получатель, коммуникатор прислушивается к сигналам рынка для того, чтобы приспособить эти сообщения к нынешним целям, адаптировать их к меняющимся условиям рынка и выявить новые коммуникации.

В условиях насыщенного рынка уже мало создать отличный товар. Например, в среднем супермаркете в любой из высокоразвитых стран товарная номенклатура иногда превышает пятьдесят тысяч ассортиментных позиций. Практически все товары обладают достаточно высоким качеством. Продавцу уже недостаточно определить на товар приемлемую цену и обеспечить его доступность и дополнительные удобства покупателю (организовать сбыт). Продавец в этих условиях должен обеспечить действенные коммуникации с покупателем, посредником, поставщиком и другими партнёрами по маркетинговой деятельности. Достижение успеха возможно только в тех случаях, когда продавец создаст систему налаженных связей с ними, атмосферу взаимопонимания, открытости и взаимовыгодного сотрудничества. Он должен сформировать впечатление непрерывной заботы о нуждах потребителей и своих партнёров. Характер коммуникаций при этом полностью определяется целями маркетинга и выбранной концепцией.

Более подробно роль маркетинговых коммуникаций в различных концепциях маркетинга рассмотрена в таблице 1.

Так как на региональном рынке осуществляют деятельность предприятия, использующие различные концепции маркетинга из рассмотренных в таблице 1, то роль маркетинговых коммуникаций может быть также различной, соответствующей концепции и особенностям организации предпринимательской деятельности предприятия.

Однако наибольшую роль для достижения максимальной эффективности маркетинга коммуникации принимают при использовании так называемой новой или коммуникационной концепции маркетинга, предполагающей исполь-

Таблица 1 – Роль маркетинговых коммуникаций в различных концепциях маркетинга

Концепция маркетинга	Основные принципы	Роль коммуникации
Производственная	Данная концепция утверждает, что потребители отдадут предпочтение доступным и дешёвым продуктам	Ограничивается информированием о цене и месте, где можно товар приобрести
Товарная	Исходит из того, что потребители отдадут предпочтение товарам, предлагающим наивысшее качество, обладающим лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками	Ограничивается доказательством того, что данный товар обладает лучшими техническими характеристиками
Сбытовая	Исходит из того, что потребителям свойственна некая покупательная инертность и даже сопротивление, организация должна вести агрессивную политику продаж и интенсивно продвигать свою продукцию на рынок	Ориентирована на получение эффекта в виде продажи
Классическая	Залог достижения целей организации – определение нужд и потребностей целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективными, чем у конкурентов, способами	Коммуникация ориентирована на потребителя и имеет цель убедить потребителя в том, что данный товар наилучшим образом удовлетворяет его потребности
Социально-этическая	Основная идея – необходимость удовлетворения нужд потребителя более эффективными, чем у конкурентов, способами при сохранении и укреплении благополучия потребителя и общества в целом	Коммуникация ориентирована на необходимость объяснения потребителю пользы, которую он извлекает из товара, а также раскрытия социальной роли деятельности организации
Новая концепция маркетинга (коммуникационная)	Основная идея – необходимость анализа маркетингового решения, касающегося любого «Р» маркетинга, в первую очередь, с точки зрения той коммуникации, которая будет порождена данным решением	Коммуникация становится основным фактором успеха в управлении маркетингом. Взгляд на анализ и управление коммуникациями является комплексным, а коммуникативная стратегия – ключевым элементом стратегии маркетинга

зование всей системы маркетинговых коммуникаций. Есть непосредственная заинтересованность субъекта предпринимательской деятельности, инициатора этих коммуникаций, установить взаимосвязи с организациями, фирмами и конкретными лицами, которые своей деятельностью влияют на достижение его успеха на рынке.

Региональных рекламодателей предприятий бизнеса можно разделить на три основных категории.

1. Дилеры или местные франшизопользователи национальных фирм, специализирующихся на одном товаре или гамме товаров.

2. Магазины, торгующие товарами различных фирм на общих основаниях.

3. Специализированные фирмы, магазины и услуги (банки и инвестиционные компании, туристические агентства, салоны красоты, магазины, распространяющие товар на эксклюзивной основе).

Носителями региональной рекламы являются, как правило, наружные средства (постеры, световые установки и др.); электронный передатчик (сетевая реклама); транспорт (автобусы, троллейбусы, маршрутные такси); средства массовой информации (печать, телевидение, радио).

В современных условиях не стоит игнорировать такой важный элемент коммуникаций как интернет. Практически все заинтересованные в быстром уведомлении потенциальных клиентов организации имеют официальные сайты, страницы, на которых содержится информация о местонахождении предприятия, контактах, истории развития, предлагаемых услугах и товарах (описание, фото), ценовом диапазоне, акциях и прочие сведения. Данные сайты периодически обновляются.

Для распространения информации, в том числе и рекламного характера активно используются и социальные сети. Говорят, что нет рекламы, более эффективной, чем та, в которой и не заподозришь рекламу. В это отношении социальные сети предоставляют безграничные возможности для проведения успешных рекламных компаний.

Наиболее широкий охват российской аудитории в настоящее время у социальной сети «Одноклассники» – более 70% и «ВКонтакте» – порядка 60%. Социальные сети «Мой мир» и «Facebook» уступают и привлекают российских пользователей на уровне 30-20% от общей активной аудитории [2].

В социальных сетях активно применяются следующие виды рекламы: платный трафик, таргетированная реклама, видеореклама, репутационный менеджмент.

Платный трафик – продукт предлагаемый самими соцсетями, как правило с оплатой за клик, в формате тизерных объявлений.

На сегодняшний день возможность размещения таргетированной рекламы есть в социальных сетях ВКонтакте, Facebook, Мой Мир, Одноклассники и других. «Таргетированная реклама в социальной сети ВКонтакте» – это демонстрация рекламных объявлений на личной странице пользователя и в приложениях социальной сети в соответствии с выбранными таргетингами.

Видеореклама – данный формат в основном решает те же задачи, что и графическая реклама – охват целевой аудитории, анонсирование новых продуктов, акций, скидок, формирование спроса, повышение имиджа компании. Также здесь присутствует вирусный эффект распространения рекламы, так как у видеороликов есть функция порекомендовать друзьям и нажать на кнопку «Мне нравится».

Привлечение внутреннего трафика в сообщества – все способы, с помощью которых можно привлекать трафик в сообщества – это может быть как платный трафик, предлагаемый соцсетями, так и различные способы самостоятельно генерации трафика с помощью постинга, директ-мэйла (приглашений в

группу) и др.

Цель привлечения трафика в сообщества – это увеличение количества участников сообщества и/или повышение активности вступивших в сообщество участников.

На практике активно применяются и репосты. Перешедший по рекламному объявлению пользователь самостоятельно разошлет ссылку на рекламируемую страницу другим участникам проекта, если её содержимое покажется ему интересным или важным.

Репутационный менеджмент в соцсетях – данный вид рекламной активности предполагает выявление структуры мнений пользователей социальной сети о бренде или конкретном продукте и проведение работ по улучшению мнений пользователей.

Репутационный менеджмент в социальных сетях включает анализ:

- динамики количества упоминаний о бренде;
- количество и долю положительных отзывов;
- количество и долю нейтральных отзывов;
- количество и долю негативных отзывов.

Наряду с основными элементами коммуникационной политики предприятий активно развиваются современные средства, использование которых значительно повышает эффективность коммуникаций.

Список литературы:

1. Красова К.А., Смагина И.В. Возможности PR в социальных сетях и блогах // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (7). – С. 290-293.
2. Орлова Т.М. Маркетинговые коммуникации как инструмент развития регионального рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/06.shtml>.
3. Рейтинг брендов в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.alladvertising.ru/info/brands_vkontakte.html.
4. Зайцева Н.Н., Селезнёва Ю.О. Ошибки при построении рекламного текста // Научные записки ОрелГИЭТ. 2012–. № 2 (6). – С. 370-372.
5. Стратегия региональных коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conference.image-media.ru/blog/strategiya-regionalnyx-kommunikacij/>.

Макарова Татьяна Николаевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: markening-ogiet@mail.ru

Степанова Мария Алексеевна

к.э.н., доцент кафедры маркетинга

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: markening-ogiet@mail.ru

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 331.101.262

Е.М. Самородова, И.Г. Паршутина

РЫНОК ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА: ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ, ИНФРАСТРУКТУРЫ

Развитие современных экономических систем имеет тенденцию к переходу к экономике инновационного типа, основную роль в которой играет человеческий капитал, выступающий главной производительной силой общества. В таких экономических системах его рыночная реализация осуществляется на рынке человеческого капитала. В статье на основе анализа специфики этого рынка рассматриваются особенности его функционирования. Особое внимание уделяется институциональной инфраструктуре рынка человеческого капитала. Дается оценка состояния рынка человеческого капитала России.

Ключевые слова: человеческий капитал, рынок труда, рынок услуг труда, рынок человеческого капитала, институциональная инфраструктура.

В современных условиях рыночная реализация человеческого капитала осуществляется на рынке человеческого капитала.

В инновационной экономике появление и быстрое распространение новых технологий производства материальных и нематериальных благ и услуг приводит к появлению новых отраслей экономики, где требуются работники со специфическим, уникальным человеческим капиталом, повышенной работоспособностью. Для таких работников, обладающих большим объемом знаний, умений, творческих навыков и т.д., различные экономические преобразования не являются барьером, так как за счет своей мобильности они смогут найти применение своим способностям в различных отраслях бизнеса и получить стабильный, высокий доход. Именно поэтому «рынок услуг труда» сужает свои границы, поскольку он предполагает «труд» в любом своем проявлении. Рынок человеческого капитала является новообразованием из-за уникальности объекта – человеческого капитала, который призван осуществлять продвижение последнего как главного производственного ресурса.

Рынок человеческого капитала представляет собой сложную систему взаимоотношений собственников и потребителей одного из вида ресурсов – человеческого капитала, посредством различных контрактов, осуществляемых через посредников, кадровых агентств, различных консультационных фирм и т.д. Рынок человеческого капитала представляет собой более зрелую форму рынка услуг труда. Сравнение качественных характеристик рынка услуг труда и рынка человеческого капитала, позволяющее выявить в них общее и различное, представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение качественных характеристик рынка услуг труда и рынка человеческого капитала.

Качественные характеристики	Рынок услуг труда	Рынок активов человеческого капитала
1. Субъекты рыночных отношений	Работодатель – пользователь ресурса труд, ↔ Наемный рабочий – владелец ресурса труд.	Предприниматель – выбор активов человеческого капитала ↔ Собственник человеческого капитала – выбор бизнеса для инвестиций человеческого капитала
2. Характер взаимодействия	Наемный работник → Предложение труда ↔ Спрос на труд ← Предложение работодателя	Бизнес-партнер → Предложение человеческого капитала ↔ Посредники ← Спрос на человеческий капитал от предпринимателей
3. Предложение услуг	Квалифицированные и неквалифицированные работники	Активы трудового, интеллектуального, организационного, социального капитала, капитала здоровья.
4. Спрос на услуги	Простой, квалифицированный труд работников различных профессий	Предприниматели, менеджеры, специалисты творческих профессий (инноваторы), специалисты различной квалификации, высококвалифицированные работники.
5. Оценка вклада в результаты	Индивидуальная заработная плата, дополнительные выплаты, премии.	Статус бизнес-партнера, перспектива карьерного роста, индивидуальная оплата труда, дополнительные выплаты, премии, гонорары, дивиденды.
6. Принципы взаимодействия	В системе наемного труда	В системе социального партнерства

Рынок человеческого капитала выражает взаимодействие между партнерами – собственниками человеческого капитала, предпринимателями, государством. Сегодня именно соотношение спроса и предложения человеческого капитала определяет конъюнктуру рынка, а качественный человеческий капитал является гарантом высокоэффективного производства и предпринимательства. В рыночной экономике данный рынок опосредует продвижение работниками-собственниками своих знаний и способностей относительно выбора отрасли бизнеса. Именно на данном рынке складываются отношения между предпринимателями и персоналом, способствующие соединению человеческого капитала со средствами производства. Тем самым удовлетворяется потребность предпринимателей в услугах бизнес-партнеров, а персонала – в доходах и инвестициях в человеческий капитал.

Рынок человеческого капитала имеет более сложную структуру и значительно шире рынка труда. Модель структуры рынка человеческого капитала представлена на рисунке 1.

Ситуация на рынке человеческого капитала в России может быть охарактеризована следующим образом:

1. выделение и развитие рынков отчуждаемых активов человеческого капитала (интеллектуальная собственность, инновации);
2. трансформация рынка труда в рынок трудового капитал;
3. укрепление системы социального партнерства и действенность формальных институтов трудовых контрактов, коллективных договоров, тарифных соглашений, трехсторонних соглашений;



Рисунок 1 – Модель структуры рынка человеческого капитала

4. переход к социально ориентированному рыночному хозяйству и формирование устойчивой институциональной инфраструктуры рынка человеческого капитала.

Трансформация рынка труда в рынок человеческого капитала в России предполагает институциональное признание и закрепление в праве всех видов человеческого капитала, практическое освоение профсоюзами и предпринимателями методов оценки и стимулирования рационального использования человеческого капитала, активизацию факторов спроса и предложения для формирования благоприятной конъюнктуры.

Исходное значение для формирования рынка человеческого капитала имеет устойчивая институциональная инфраструктура, задачи и функции которой представлены на рисунке 2.

Для решения данных задач и реализации сложнейшего комплекса функций необходима развитая инфраструктура.

Институциональная инфраструктура рынка человеческого капитала представляет собой совокупность формальных и неформальных институтов, а также учреждений и организаций по регулированию спроса и предложения на специфический ресурс – индивидуальный человеческий капитал (таблица 2).

Под формальными институтами понимают правила, созданные и поддерживаемые специально уполномоченными государственными органами. Это формальные правила включают политические, экономические законы, правила и контракты.

Институциональная инфраструктура рынка человеческого капитала

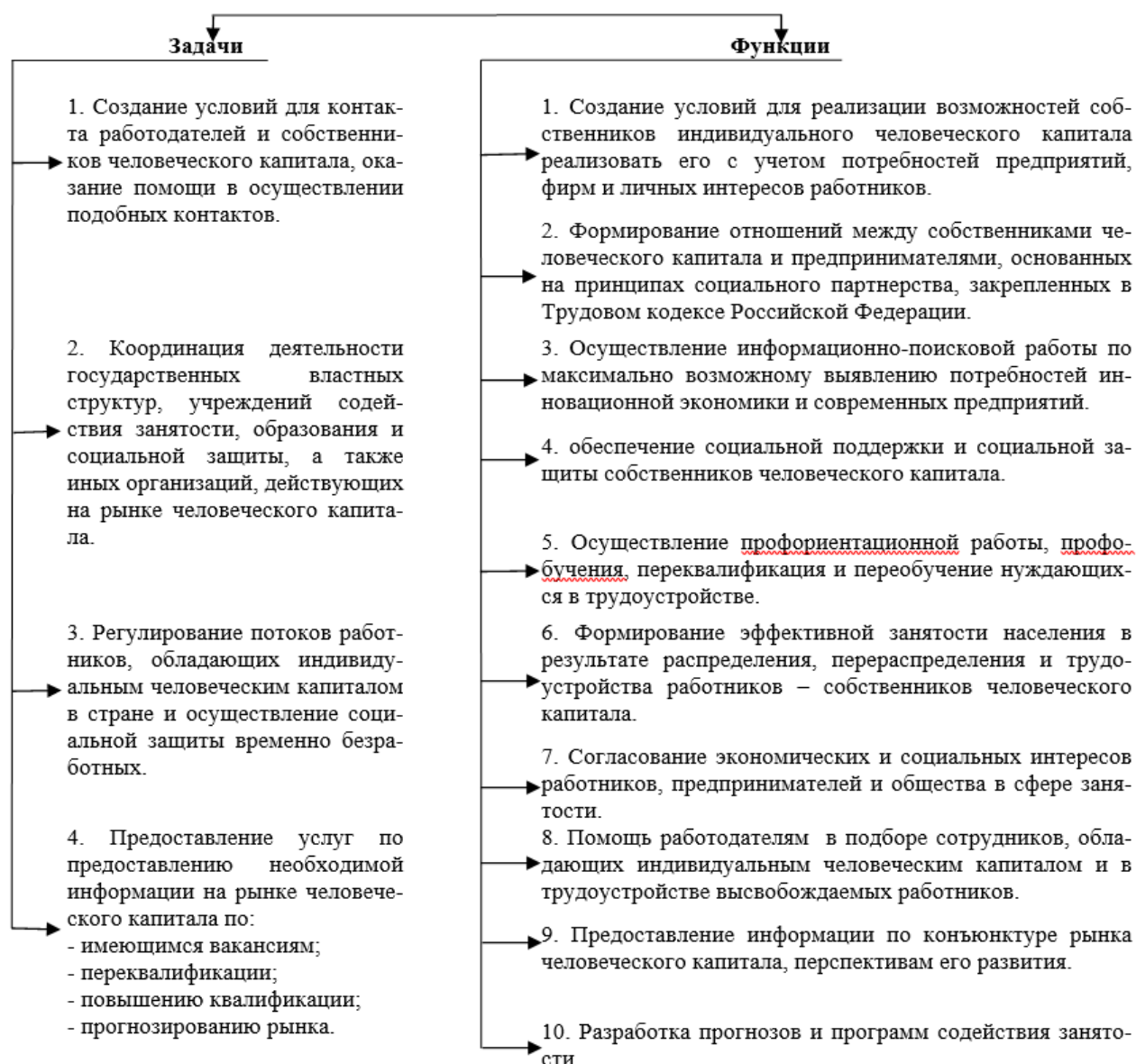


Рисунок 2 – Задачи и функции инфраструктуры рынка человеческого капитала

Под неформальными институтами понимают общепринятые условности и этические кодексы поведения людей.

Развитие институтов рынка человеческого капитала происходит посредством институциональных изменений. Формальные правила можно изменить путем принятия политических и юридических решений. Неформальные ограничения гораздо менее восприимчивы к сознательным человеческим усилиям. Развивающиеся институты должны обеспечить совершенствование уже существующих механизмов функционирования рынка человеческого капитала, содействовать его успешной рыночной реализации, создавать материальную основу для дальнейшего инвестирования в данную форму капитала, а, значит, его дальнейшему накоплению и реализации.

Таблица 2 – Типы рынка человеческого капитала по социально-экономической ориентации

РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ ИНСТИТУТЫ	РЕГУЛИРУЮЩИЕ ИНСТИТУТЫ	РАЗВИВАЮЩИЕ ИНСТИТУТЫ
Формальные институты		
1. Трудовой кодекс РФ 2. Закон РФ «О занятости населения в РФ» 3. Закон РФ «Об образовании» 4. ФЗ «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности» 5. ФЗ "О высшем и послевузовском профессиональном образовании» 6. ФЗ «О Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений»	1. Индивидуальные трудовые контракты 2. Коллективный договор 3. Отраслевые тарифные соглашения 4. Региональные трехсторонние соглашения 5. Генеральное соглашение между правительством РФ, союзами работодателей и профсоюзами	1. ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» 2. Программы стимулирования инновационной деятельности вузов 3. Положения и нормативы повышения квалификации 4. Федеральные Государственные Образовательные Стандарты (ФГОС) 3 поколения
Неформальные институты		
1. Требования трудовой и технологической дисциплины 2. Формы коллективного осуждения и порицания нарушений трудовой и технологической дисциплины	1. Доверие к бизнес-партнерам 2. Уважение интересов и взаимность требований 3. Социальная справедливость 4. Социальная ответственность 5. Кодекс корпоративного поведения	1. Карьера персонала 2. Система материального и морального поощрения 3. Повышение социального статуса персонала и рейтинга фирмы
Учреждения и организации		
1. Федеральное агентство по труду (трудовые инспекции) 2. Центры занятости населения 3 Судебная реформа	1. Трехсторонние комиссии 2. Профсоюзы 3. Союзы работодателей и предпринимателей 4. Администрация предприятий и организаций	1. ПТУ, колледжи, ВУЗЫ и центры коучинга 2. Ассоциации и общественные организации

Итак, производство, воспроизводство, накопление, эффективное использование человеческого капитала определяется направлениями и объемами инвестиционных вложений в него. Успешная рыночная реализация человеческого капитала, обеспечивающая эффективное его использование, требует формирования и развития рынка человеческого капитала и его институциональной инфраструктуры.

Список литературы:

1. Самородова Е.М. Человеческий капитал: особенности функционирования, накопления, использования: монография. – СПб.: ИНФО-ДА, 2008. – 127 с.
2. Скоблякова И.В. Инвестиционный характер социальной сферы в инновационной экономике // Российское предпринимательство. – 2007. – №6. – С. 180-185.

3. Скоблякова И.В. Социальная сфера как институциональный капитал инновационной экономики // Проблемы современной экономики. – 2006. – №3/4. – С. 83-86.

4. Юдина Е.В. Формирование и развитие институциональной инфраструктуры рынка человеческого капитала: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – Орёл, 2008. – 180 с.

Самородова Елена Михайловна

*к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: samorodova733096@mail.ru*

Паршутина Инна Григорьевна

*д.э.н., профессор кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: parshutina@inbox.ru*

УДК 330.322.1(470.319)

О.В. Рудакова, А.И. Мерцалова, В.П. Бардовский

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ОБЪЁМ И СТРУКТУРА

Иностранные инвестиции представляют собой долгосрочные вложения капитала странами-инвесторами в промышленность, сельское хозяйство и иные отрасли экономики других стран. Сегодня в нашей стране значительно возросла роль регионов в решении проблем социально-экономического развития.

Ключевые слова: регион, прямые инвестиции, портфельные инвестиции, накопленные инвестиции, иностранные инвестиции.

Устойчивое развитие любой национальной экономики становится сегодня невозможным без ее активного участия в мирохозяйственных отношениях. Наряду с международной торговлей международная миграция капитала, осуществляемая на основе эффективного сотрудничества между странами, приобретает все большее значение. Об иностранных инвестициях можно говорить в тех случаях, когда иностранный капитал вкладывается в активы национальных компаний и государств. Иностранные инвестиции представляют собой долгосрочные вложения капитала странами-инвесторами в промышленность, сельское хозяйство и иные отрасли экономики других стран.

Сегодня в нашей стране значительно возросла роль регионов в решении проблем социально-экономического развития. Повышение эффективности

функционирования региона должно опираться на его активную инвестиционную позицию и совместно с бизнес-сообществом работать над повышением инвестиционной привлекательности территориального образования. Россия представляет собой государство с федеративным устройством, расположенное на территории более 17 млн км² и населением более 140 миллионов человек. На территории страны располагается 86 субъектов федерации, каждый из которых, в свою очередь, обладает абсолютно уникальной комбинацией факторов для экономического развития. Учитывая территориальные размеры России, разнообразие экономического положения ее регионов и их конкурентных преимуществ, основная работа по привлечению инвестиций, на наш взгляд, должна осуществляться именно на региональном уровне и в соответствии с региональными приоритетами.

Готовность инвесторов к вложению капитала в экономику той или иной территории во многом определяется существующим в ней инвестиционным климатом, т.е. совокупностью политических, экономических, социальных, климатических, природных, инфраструктурных и других факторов, которые определяют степень риска капитальных вложений и возможность их эффективного использования.

Динамика поступления иностранных инвестиций в экономику Орловской области представлена в таблице 1. Общий объем накопленных иностранных инвестиций в экономике региона на конец 2013 г. составил 102472,8 тыс. долл., что на 244,1 тыс. долл. (или 0,2%) больше, чем в 2012 г. (102228,7 тыс. долл.). Следует отметить, что общий объем накопленных иностранных инвестиций в экономике Орловской области на конец декабря 2012 г. составил 102,2 млн долл., что на 24,1% меньше уровня 2011 г.

Таблица 1 – Поступление иностранных инвестиций в экономику Орловской области в 2009-2013 гг., тыс. долл. [8, 275]

Показатели	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Иностранные инвестиции, всего	3458,1	86022,9	15980,1	5329,8	9149,0
в том числе:					
прямые инвестиции	2576,4	65130,7	3669,5	1694,3	3492,2
портфельные инвестиции	21,0	0,3	-	1,4	0,6
прочие инвестиции	860,7	20891,9	12310,6	3634,1	5656,2

В 2013 г. в экономику Орловской области инвестиционные ресурсы поступили более чем из 30 стран мира. В рассматриваемом периоде основными инвесторами региона явились Кипр, Швейцария, Италия, Виргинские (Британские) острова, США, на долю которых пришлось около 90% общего объема иностранных инвестиций и более 86% – прямых иностранных инвестиций. На конец декабря 2013 г. распределение накопленных иностранных инвестиций по городам и районам Орловской области выглядит следующим образом: город Орел – 65,5%, Свердловский район – 16,6%, Кромской район – 8,3%, город

Мценск – 5,8%, Орловский район – 1,6%, Ливенский – 1,2%.

Как уже отмечалось, иностранные инвестиции подразделяются на три типа: прямые, портфельные и прочие. В общем объеме накопленного иностранного капитала в экономике области наибольший удельный вес (79,6%) приходился на прямые иностранные инвестиции, которые по состоянию на конец декабря 2013 г. составили 81590,1 тыс. долл. Удельный вес накопленных портфельных иностранных инвестиций на конец декабря 2013 г. составил 0,8%, или 783,5 тыс. долл. Прочие иностранные накопленные инвестиции в 2013 г. составили 20099,2 тыс. долл., или 19,6%. Следует отметить, что структура накопленных иностранных инвестиций в 2013 г. почти не изменилась в сравнении с 2012 г. В 2012 г. на долю накопленных прямых иностранных инвестиций пришлось 79,9%, портфельных – 0,2%, прочих – 19,9%. Объем и структура накопленных иностранных инвестиций Орловской области в 2011-2013 гг. представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и структура накопленных иностранных инвестиций Орловской области в 2011-2013 гг., млн долл. [4, с. 4; 5, с. 4; 6, с. 4]

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Отклонение 2013 г. от 2011 г.	Темп роста 2013 г. к 2011 г.
Накопленные иностранные инвестиции, всего	134,7	102,2	102,5	-32,2	76,1
Прямые иностранные инвестиции	78,2	81,7	81,6	3,4	104,3
Портфельные иностранные инвестиции	0,1	0,1	0,8	0,7	8 р.
Прочие иностранные инвестиции	56,4	20,4	20,1	-36,3	35,6

Как следует из приведенных в таблице 2 данных, общая сумма накопленных в Орловской области иностранных инвестиций в 2013 г. оказалась на 32,2 млн долл. ниже показателя 2011 г., что соответствует 76,1% темпам роста. Следует отметить значительное сокращение прочих иностранных инвестиций в 2013 г. в сравнении с 2011 г. – на 36,3 млн долл., что соответствует 35,6% темпам роста. При этом в анализируемом периоде отмечается прирост прямых иностранных инвестиций на 3,4 млн долл., что соответствует 104,3% темпам роста. Рекордное увеличение портфельных инвестиций отмечалось в 2013 г. в сравнении с 2011 г. – в 8 раз.

В Орловской области объем иностранных инвестиций увеличивался с 2005 г. по 2007 г. включительно (за этот период они увеличились в 2,5 раза). Прямое влияние мирового финансового кризиса не замедлило сказаться на инвестиционных потоках, поступающих в регион: объем поступлений в 2008 г. снизился более чем на одну треть относительно 2007 г., а в 2009 г. составил лишь 7,1% к докризисному 2007 г.

В 2011 г. предприятиями и организациями Орловской области было получено иностранных инвестиций на сумму 15980,1 тыс. долл. (с учетом рублевых поступлений, пересчитанных в доллары США по курсу ЦБ Российской Федерации). Инвестиции в отчетном году поступили из 11 стран мира: США – 35,2% от объема поступивших иностранных инвестиций, Кипр – 35%, Виргинские острова – 19,3%, Германия – 7,2% и других (табл. 3).

Таблица 3 – Поступление иностранных инвестиций в экономику Орловской области по странам-инвесторам в 2011-2013 гг. [4, с. 4; 5, с. 4; 6, с. 4]

	2011 г.		2012 г.		2013 г.	
	тыс. долл.	%	тыс. долл.	%	тыс. долл.	%
Всего	15980,1	100,0	5329,8	100,0	9149,0	100,0
в том числе из стран:						
Багамы	0,0	0,0	0,0	0,0	430,0	4,7
Беларусь	0,0	0,0	208,9	3,9	350,3	3,8
Виргинские острова	3082,0	19,3	146,0	2,7	149,4	1,6
Германия	1145,2	7,2	257,5	4,8	313,2	3,4
Дания	0,0	0,0	73,9	1,4	355,1	3,9
Индия	0,0	0,0	567,8	10,7	0,0	0,0
Италия	131,7	0,8	184,9	3,5	0,0	0,0
Канада	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0
Казахстан	0,0	0,0	0,0	0,0	241,6	2,6
Кипр	5599,2	35,0	1098,1	20,6	4211,1	46,0
Литва	2,7	0,0	57,6	1,1	0,0	0,0
Нидерланды	107,9	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Узбекистан	0,0	0,0	0,0	0,0	112,6	1,2
Украина	0,3	0,0	0,6	0,0	1571,5	17,2
Сейшелы	0,0	0,0	4,6	0,1	0,6	0,0
США	5621,8	35,2	1771,0	33,2	0,0	0,0
Швейцария	0,0	0,0	0,0	0,0	39,3	0,4
Турция	1,6	0,0	67,4	1,3	1,9	0,0
Эстония	0,0	0,0	0,0	0,0	101,8	1,1
Чешская республика	280,2	1,8	889,5	16,7	1257,6	13,7

В 2012 г. хозяйствующие субъекты Орловской области получили иностранных инвестиций на сумму 5329,8 тыс. долл. Вложения иностранного капитала в экономику области по сравнению с 2011 г. сократились в три раза. Инвестиции в 2012 г. поступили из 13 стран мира: из США – 33,2% от объема поступивших иностранных инвестиций, Кипра – 20,6, Чешской Республики –

16,7, Дании – 13,8% и других. Сокращение инвестиций в 2012 г. объяснялось уменьшением поступлений от основных стран-инвесторов. Например, объем инвестиций с Кипра сократился в 5,1 раза, из США – в 3,2 раза, Виргинских (Британских) островов – в 21,1 раза (табл. 3).

В 2013 г. предприятиями и организациями Орловской области было получено иностранных инвестиций на сумму 9149,0 тыс. долл. Поступление иностранного капитала в экономику области по сравнению с 2012 г. увеличилось в 1,7 раза. Инвестиции в отчетном году поступили из 15 стран мира: из Кипра – 46,0% от объема поступивших иностранных инвестиций, Украины – 17,2%, Чешской Республики – 13,7%, Багам – 4,7% и других (табл. 3).

Следует отметить, что в течение анализируемого периода произошло существенное снижение инвестиций из США (на 5621,8 тыс. долл., или 35,2%) и Виргинских островов (на 2932,6 тыс. долл., или 17,7%). Значительный прирост инвестиций в 2013 г. в сравнении с 2011 г. отмечался из Украины (1571,2 тыс. долл., или 17,2%) и Чешской республики (977,4 тыс. долл., или 12%).

В таблице 4 представлено движение иностранных инвестиций в экономике области по видам экономической деятельности в 2011-2013 гг. Из данных таблицы следует, что в 2011 г. среди видов экономической деятельности наиболее привлекательными для иностранных инвесторов являлись обрабатывающие предприятия. На их долю в общем объеме поступления инвестиций приходилось 75,4%, или 12027,4 тыс. долл. Операции с недвижимым имуществом поглотили 22,6% совокупного объема иностранных инвестиций в регион, или 3613,5 тыс. долл. В 2011 г. не инвестировались из-за рубежа предприятия коммунальных, социальных и персональных услуг; здравоохранения; транспорта и связи (табл. 4, рис. 1).

Из данных таблицы 4 следует, что в 2012 г. среди видов экономической деятельности в Орловской области наиболее привлекательными для зарубежных инвесторов были обрабатывающие производства (3264,1 тыс. долл.) и операции с недвижимым имуществом (1318,5 тыс. долл.). На долю названных отраслей в общем объеме поступивших инвестиций приходилось 61,2% и 24,7% соответственно. На долю сельского хозяйства пришлось 353,0 тыс. долл. иностранных инвестиций, что составило 6,6% совокупного их объема (табл. 4, рис. 1). В 2012 г. иностранные инвестиции не поступили на предприятия коммунальных, социальных и персональных услуг; здравоохранения; транспорта и связи, а также финансовой деятельности.

Как следует из таблицы 4, среди видов экономической деятельности наиболее привлекательными для иностранных инвесторов в 2013 г. являлись операции с недвижимым имуществом (5007,3 тыс. долл., или 54,7%), предприятия оптовой и розничной торговли (2131,5 тыс. долл., или 23,3%), а также предприятия обрабатывающих производств (1401,6 тыс. долл., или 16,4%). В отчетном году не инвестировались из-за рубежа предприятия коммунальных, социальных и персональных услуг; здравоохранения; транспорта и связи, а также финансовой деятельности (табл. 4, рис. 1).

Таблица 4 – Поступление иностранных инвестиций по видам экономической деятельности в 2009-2013 гг., тыс. долл. [4, 4; 5, 4; 6, 4]

	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Всего	3458,1	86022,9	15980,1	5329,8	9149,0
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	71,4	0,7	251,2	353,0	448,0
Обрабатывающие производства	523,8	79031,6	12027,4	3264,1	1401,6
текстильное и швейное производство	-	-	-	-	-
химическое производство	-	-	-	-	207, 4
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	-	10376,3	4859,2	-	-
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	284,1	-	-	-	-
производство прочих неметаллических минеральных продуктов	218,4	200,8	36,4	-	-
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	0,3	10586,8	5781,5	1949,9	-
производство транспортных средств и оборудования	20,7	-	-	57,6	-
производства машин и оборудования	0,3	-	107,8	257,5	251,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	-	-	-	-	-
Строительство	2757,7	0,3	3,2	3,2	44,7
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования	2763,3	3518,3	58,3	385,3	2131,5
Транспорт и связь	-	538,1	-	-	-
Финансовая деятельность	33,0	0,2	3,4	-	-
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	63,2	174,9	3613,5	1318,5	5007,3
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1,6	-	-	-	-
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	0,4	-	-	-	-

Как уже отмечалось, иностранные инвестиции могут быть прямыми и портфельными. Как следует из данных таблицы 10, структура иностранного капитала, поступившего в 2012 г. в Орловскую область, претерпела изменения. Увеличился удельный вес прямых инвестиций с 23,0% в 2011 г. до 31,8% в

2012 г. При этом доля прочих инвестиций, наоборот, уменьшилась с 77,0% до 68,1% за счет снижения удельного веса прочих кредитов, предоставленных орловским предприятиям. Портфельные инвестиции в экономику области в истекшем году поступили в сумме 1,4 тыс. долл. Одним из факторов, осложняющих приток портфельных инвестиций, является неразвитость российского фондового рынка.

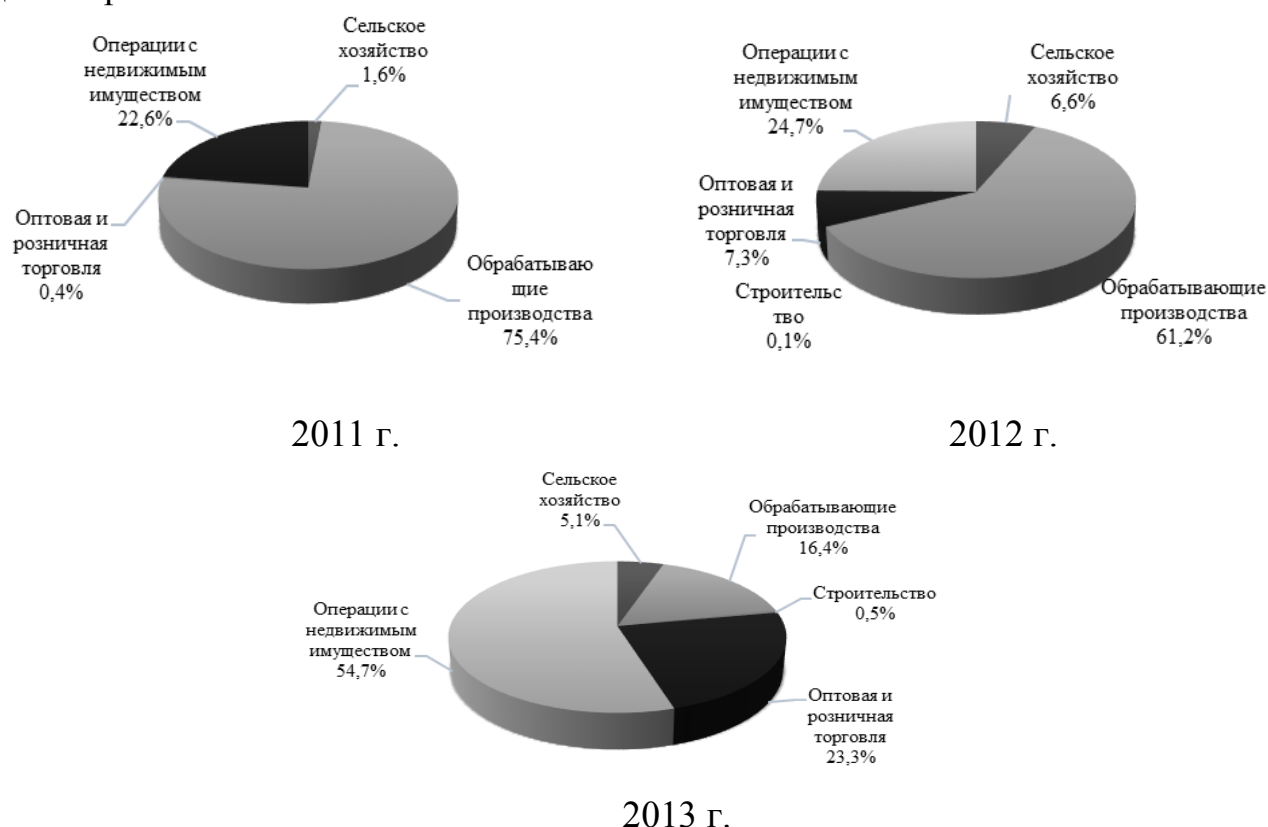


Рисунок 1 – Структура поступлений иностранных инвестиций в экономику Орловской области по видам экономической деятельности в 2011-2013 гг., % [4, с. 4; 5, с. 4; 6, с. 4]

Структура иностранного капитала, поступившего в 2013 г., изменилась в сравнении с 2012 г. Увеличился удельный вес прямых инвестиций с 31,8% в 2012 г. до 38,2% в 2013 г. При этом доля прочих инвестиций, наоборот, уменьшилась с 68,2% до 61,8% за счет снижения удельного веса прочих кредитов, предоставленных орловским предприятиям. Доля портфельных инвестиций сократилась.

Показатель притока прямых иностранных инвестиций (ПИИ) может быть использован в качестве индикатора эффективности региональной инвестиционной политики. Следует отметить, что практическое использование данного показателя осложняется тем, что в него включаются и оффшорные ПИИ, возникновение которых не связано с созданием благоприятного инвестиционного климата для иностранных инвесторов. Напротив, широкое использование оффшорных схем может быть следствием неудовлетворительных условий ведения бизнеса. В этой связи объем ПИИ может выступить в роли индикатора инвестиционной привлекательности регионов только в случае исключения из об-

щего притока ПИИ вложений, осуществляемых из оффшорных зон.

Общий приток ПИИ в Россию за вычетом оффшорных инвестиций составил в 2013 г. 15,262 млрд долл. (для сравнения: в 2012 г. – 11,090 млрд долл.). Это достаточно позитивный результат для российской экономики, говорящий о том, что рост ПИИ происходит не только за счет оффшоров. По результатам рейтинга, составленного Национальным рейтинговым агентством, в 2013 г. Орловская область оказалась на 54 месте из 83 по притоку прямых иностранных инвестиций в расчете на душу населения без учета инвестиций из оффшорных территорий. Приток ПИИ в Орловскую область составил 4,46 долл. на душу населения. Лидерами рейтинга являются Ненецкий АО – 12881,33 долл., Ямало-Ненецкий АО – 1910,49 долл., Сахалинская область – 1607,67 долл., Калужская область – 656,1 долл. Доля инвестиций из оффшорных зон в общем притоке ПИИ в регионы России в 2013 г. [9].

Вложение зарубежного капитала в экономику области в расчете на душу населения сложилось в размере 6,9 долл. (в 2011 г. – 20 долл.). В Центральном федеральном округе иностранные инвесторы активно вкладывали средства в предприятия г. Москвы, а также Липецкой и Калужской областей. В среднем на каждого жителя в этих субъектах Российской Федерации приходилось иностранных инвестиций, соответственно, 6808 долл., 1366 долл., 1093 долл. (табл. 5). Орловская область по данному показателю занимала в 2012 г., как и в 2011 г., 17 место среди регионов Центрального федерального округа, опережая только Тамбовскую область [5, 17].

Таблица 5 – Объем иностранных инвестиций на 1 жителя субъектов Центрального федерального округа, долл. [5, 17]

	2012 г.		2013 г.	
	всего	в т.ч. ПИИ	всего	в т.ч. ПИИ
Российская Федерация	1078,3	130,2	1184,5	181,8
Центральный федеральный округ	2376,3	199,4	2868,6	364,5
области:				
Белгородская	30,9	29,5	937,8	20,4
Брянская	45,8	10,8	79,6	6,3
Владимирская	530,2	148,3	387,1	89,2
Воронежская	277,0	126,7	257,6	103,7
Ивановская	82,8	12,3	81,3	1,0
Калужская	1093,2	669,8	1322,8	668,0
Костромская	84,4	29,7	60,0	10,8
Курская	74,3	26,9	43,0	9,2
Липецкая	1366,2	23,6	916,6	92,8
Московская	656,4	195,2	888,2	244,5
Орловская	6,9	2,2	11,9	4,5
Рязанская	91,2	73,8	11,0	7,6
Смоленская	342,9	121,0	394,6	5,2
Тамбовская	2,2	1,7	15,4	11,5
Тверская	158,4	130,4	110,5	84,2
Тульская	125,2	23,6	752,5	433,5
Ярославская	365,3	282,5	215,6	42,1
г. Москва	6807,9	353,3	8075,4	854,7

В 2013 г. на фоне общего снижения инвестиционной активности по стране в целом ситуация в различных регионах была неоднородной – в ряде субъектов РФ объем иностранных инвестиций вырос, в других напротив сократился. Вложение зарубежного капитала в экономику Орловской области в расчете на душу населения в 2013 г. составило 11,9 долл. (табл. 5). Среди регионов Центрального федерального округа Орловская область по данному показателю в отчетном году заняла 17 место, опережая только Рязанскую область. По сравнению с 2012 г. объем поступлений иностранных инвестиций в расчете на 1 жителя Российской Федерации увеличился на 106,2 долл., по Центральному федеральному округу – на 492,3 долл. Приведенные выше показатели наглядно свидетельствуют о необходимости преодоления Орловской областью конкурентного отставания в борьбе за привлечение инвестиционных ресурсов с ведущими регионами страны.

Список литературы:

1. Инвестиционная стратегия Орловской области на период до 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://invest-orel.ru/public_docs/the_investment_strategy_of_the_oryol_order_of_the_n_363_from_031013_pdf.pdf.
2. Инвестиционные возможности Орловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fimip.ru/project/1610>.
3. Инвестиционный паспорт Орловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://invest-orel.ru/articles/resursy_territory.
4. Иностранные инвестиции в экономику Орловской области в 2011 г.: аналитическая записка. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2012. – 17 с.
5. Иностранные инвестиции в экономику Орловской области в 2012 г.: аналитическая записка. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2013. – 17 с.
6. Иностранные инвестиции в экономику Орловской области в 2013 г.: аналитическая записка. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2014. – 17 с.
7. Орловская область в цифрах. 2005, 2010-2013: краткий стат. сб. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2014. – 243 с.
8. Орловская область. 2008-2013: стат. сб. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2014. – 319 с.
9. Прямые иностранные инвестиции в России: региональный аспект. Итоги 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ranational.ru/archive/archive-ratings/regions-archive/arc-ranking-reg-invest/p-548c7ec2/>.
10. Рудакова О.В., Анисимова А.Н., Павленко И.Г. Россия на мировом

рынке инвестиций // Россия на мировых факторных рынках: монография. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2013. – С. 29-77.

Рудакова Ольга Викторовна

*д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rudakova71@yandex.ru*

Мерцалова Алла Ивановна

*к.э.н., доцент кафедры общепрофессиональных дисциплин
АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт» (Орловский филиал)
e-mail: alla.mertsalova@yandex.ru*

Бардовский Виктор Петрович

*к.э.н., профессор кафедры менеджмента
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: bardovskijv@bk.ru*

УДК 004:339.3

А.А. Музалевская, А.А. Синельников

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Информация в современном мире является ключевым фактором принятия верного управленческого решения. В свою очередь, от качества управленческого решения зависит успех коммерческого предприятия. Настоящая статья посвящена информационному обеспечению торгового предприятия.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, информационное обеспечение, автоматизированное рабочее место, информационные технологии.

Фундаментом процветающего и динамично развивающегося общества может быть только современная, конкурентоспособная и открытая рыночная экономика. Важнейшим фактором повышения эффективности производства в любой отрасли является улучшение управления.

Современный бизнес крайне чувствителен к ошибкам в управлении, и для принятия грамотного управленческого решения в условиях неопределенности и риска необходимо постоянно держать под контролем различные аспекты финансово-хозяйственной деятельности предприятия (независимо от профиля его деятельности).

В условиях жесткой конкуренции, динамического рынка даже самые кон-

сервативные или небогатые предприятия не могут позволить себе отказаться от такого мощного средства, как автоматизация.

Исходя из современных требований, предъявляемых к качеству работы управленческого звена коммерческой компании, нельзя не отметить, что эффективная работа его всецело зависит от степени использования объективной и своевременной информации. То есть информационное обеспечение (ИО) экономической деятельности является в современных условиях одним из факторов конкурентоспособности.

Информационное обеспечение – это совокупность информации, полученной из различных источников и хранящейся в системе в виде базы данных, а также программ обработки данных и внешнее ИО, позволяющее провести идентификацию объекта управления, формализовать информацию, представить данные в виде документов (рисунок 1).

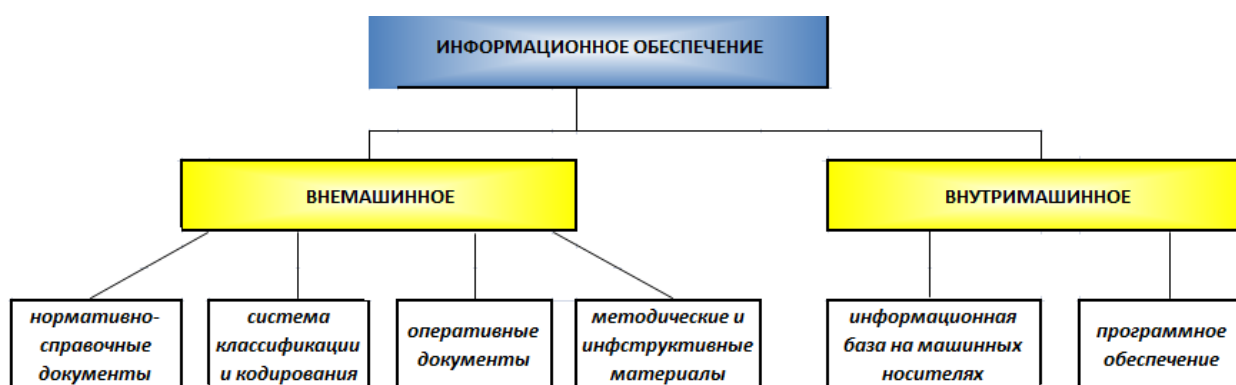


Рисунок 1 – Состав информационного обеспечения

Информационное обеспечение – один из основных элементов экономической информационной системы (ЭИС), соответствующей системе управления любым экономическим объектом.

В трехкомпонентной структуре ЭИС (функциональные компоненты, компоненты системы обработки данных, организационные компоненты) информационное обеспечение относится ко второй компоненте (наряду с техническим, программным и другими) и решает задачу организации хранения данных, полученных из различных источников.

Наиболее эффективным средством хранения данных признана база данных, которая обеспечивает не только хранение информации, но и доступность ее для всех составляющих системы управления. Задачей сегодняшнего дня, стоящей перед руководством коммерческим предприятием, является не просто сбор и хранение больших объемов информации, но выстраивание конкурентной стратегии на знаниях, получаемых благодаря данным (бизнес-аналитика). Процессы принятия решений на основе бизнес-аналитики поддерживаются информационной базой и способствуют достижению целей успешного ведения бизнеса за более короткий срок.

Результатами совершенствования информационного обеспечения в рамках коммерческой организации могут быть (рисунок 2):

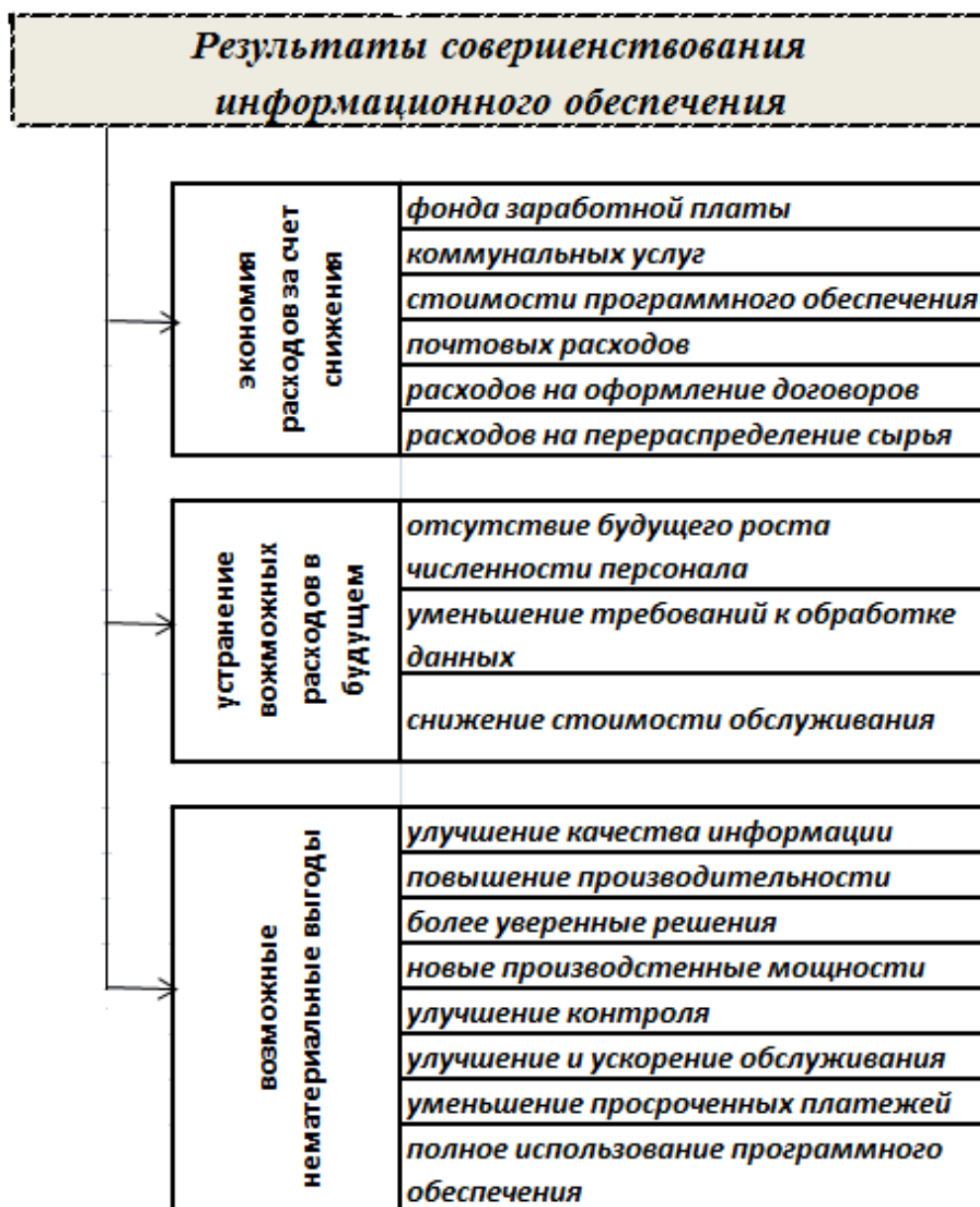


Рисунок 2 – Возможные результаты совершенствования информационного обеспечения коммерческой деятельности

Еще одним элементом компоненты системы обработки данных являются информационные технологии.

Сфера применения информационных технологий на торговом предприятии постепенно расширяется от автоматизации отдельных бизнес-процессов предприятия, таких, например, как автоматизация расчетно-кассового узла, бухгалтерии, логистических операций, управления товарными запасами, управление персоналом, до комплексной автоматизации основных или даже всех бизнес-процессов.

Элементом новой информационной технологии стали автоматизированные рабочие места (АРМ), обеспечивающие более эффективную организацию труда специалистов за счет автоматизации многообразных функций и организации доступа к электронной технике.

Отдельные АРМ в большинстве случаев объединены в локальную вычислительную сеть (ЛВС), пример структурно-функциональной организации которой, представлен на рисунке 3.

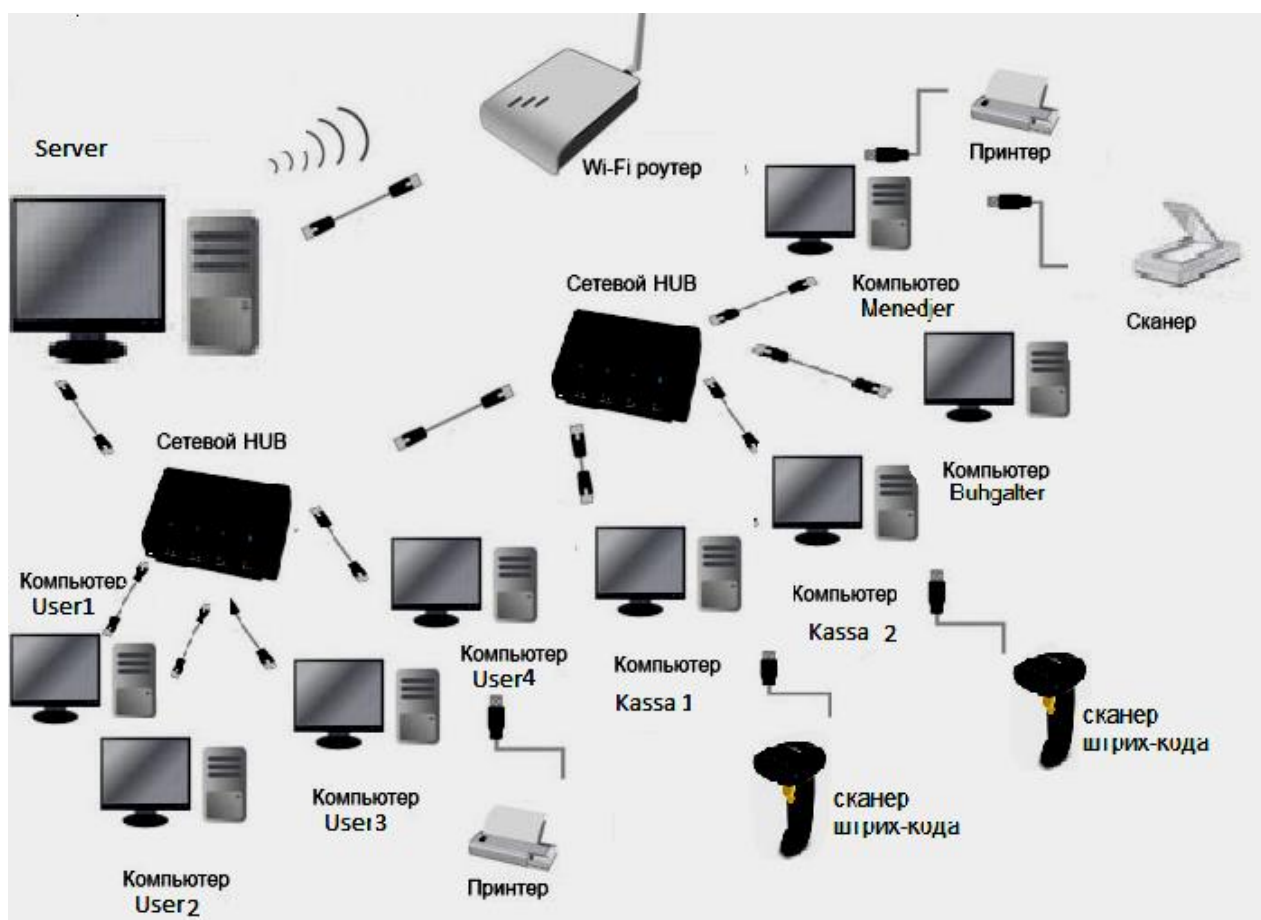


Рисунок 3 – Структурно - функциональная организация ЛВС

Сетевые технологии позволяют осуществить интеграцию информационной базы данных учета, обеспечивающую взаимосвязанное отражение хозяйственных операций на счетах синтетического и аналитического учета.

В приведенной схеме формы организации АРМ следующие: Server – сервер, все остальные АРМ – рабочие станции. Локальная вычислительная сеть включает:

АРМ Kassa – реализует функцию всех расчетов по кассе и банку;

АРМ Buhgalter – реализует функцию расчетов с персоналом по оплате труда и прочим операциям, а также расчетов по социальному страхованию; реализует функцию учета мелкооптовой торговли с наличными расчетами;

АРМ User – обеспечивает функции по продаже и доставке товаров партнерам фирмы, обработку накладных в учете; по отражению в учете поставок товаров поставщиками, обработку накладных; осуществляет учет наличия и движения товарно-материальных ценностей, основных средств и НМА, расчетов между фирмой и ее партнерами, издержек обращения и прочих доходов и расходов, обобщение информации на участке складского учета и расчетов с де-

биторами и кредиторами, выявление финансовых результатов основной деятельности организации, а также учет НДС и расчетов с бюджетом по НДС;

АРМ Menedjer – реализует функции по обобщению и контролю всей поступающей информации, ее анализу, ведению налогового учета и составлению отчетности, финансовому планированию и контролю выполнения планов.

Единая ЛВС обеспечивает интегрированную обработку экономических задач различных подразделений. Создается новая диалоговая форма автоматизированной формы учета, позволяющая организовать информационно-справочное обслуживание бухгалтера путем получения информации, хранящейся в базе данных персонального компьютера, что обеспечивает более оперативную оценку состояния хозяйственной деятельности объекта, а также его анализ.

Автоматизированное рабочее место – это не только техника, это еще и специализированное программное обеспечение, позволяющее эффективно решать конкретные задачи управления.

Идеальным решением является создание собственного программного обеспечения, адаптированного под нужды конкретного предприятия, однако, это весьма затратно, и даже крупные коммерческие предприятия предпочитают пользоваться готовыми решениями.

Прежде всего имеются в виду программные средства автоматизации бухгалтерского учета, как неотъемлемой части ведения предпринимательской деятельности, поскольку основной деятельностью коммерческой фирмы является оборот производственных товаров и денежных средств.

Рынок программных продуктов предлагает широкий перечень прикладных программ для автоматизации бухгалтерского дела. Разработки ведутся по трем направлениям:

- комплексная автоматизация бухгалтерского учета для малого бизнеса;
- комплексная автоматизация крупных организаций;
- автоматизация отдельных участков учета.

Наиболее популярны программные продукты комплексной автоматизации бухгалтерского учета для малого бизнеса. Они обязательно обеспечивают ведение Книги учета хозяйственных операций и Главной книги; составление баланса; заполнение первичных бухгалтерских документов; формирование различных вторичных документов. Эти программы предназначены для непрофессионального пользователя и не требуют специального сопровождения.

Программные системы для комплексной автоматизации крупных организаций представляют собой функционально завершенное программное обеспечение автоматизированного рабочего места по бухгалтерскому учету с многоуровневым аналитическим учетом. В условиях крупной организации возникает необходимость в сетевых версиях программных комплексов по автоматизации бухгалтерского учета, которые обеспечивали бы одновременную работу различных специалистов с единой базой бухгалтерских данных. В настоящее вре-

мя в России это направление еще не нашло своего воплощения в реальных программных продуктах.

Очень широко представлены на рынке программы, обеспечивающие автоматизацию отдельных, участков учета – «Склад», «Зарплата», «Банк», «Учет основных средств» и т. д. Они не решают проблем комплексной автоматизации бухгалтерского учета предприятия, но облегчают труд бухгалтеров.

В настоящее время на большинстве российских коммерческих организаций в качестве основного программного обеспечения используется система программ «1С:».

Учет – это далеко не все, что требуется для эффективного ведения бизнеса. В работе предприятия торговли могут использоваться и другие программные продукты различного назначения.

Важную роль в деятельности торгового предприятия играет реклама. Наиболее современным вариантом для распространения информации рекламного характера является создание электронного или интернет-каталога. Услуга по созданию электронного каталога подразумевает производство мультимедийного продукта, который можно использовать как в качестве приложения к печатной версии, так и в качестве самостоятельного продукта, распространяемого на фирменных дисках. Также всегда можно воспользоваться услугой по созданию Интернет каталога – приложения к сайту предприятия, в котором будут гармонично представлены продукты и услуги.

Среди новых технологий, используемых в розничной торговле, следует упомянуть электронные консультанты. Они дают возможность не только организовать дополнительный вид сервиса для клиентов, но и снизить нагрузку на продавцов-консультантов. Эти аппаратно-программные решения позволяют покупателю получить информацию о товаре с различной степенью детализации.

Электронные консультанты области применения делятся на:

- информационно-справочные терминалы, которые предоставляют информацию о ценах на товары, наличии товаров, их характеристиках;
- рекламные киоски;
- Интернет-киоски, обеспечивающие предоставление доступа к корпоративному сайту.

Быстрое развитие и укрупнение торгового бизнеса делает роль информатизации в этой сфере экономики все более значимой. От качества и уровня надежности применяемых торговыми предприятиями информационных систем и технологий все больше зависит их капитализация – а значит, и перспективы дальнейшего роста.

Список литературы:

1. Зими́на Л.В., Смагина И.В. Использование информационных технологий в статистическом исследовании взаимосвязей социально-экономических показателей // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 22-26.
2. Крылова А.В. Информационные технологии в управленческой дея-

тельности как катализатор инновационного развития // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2012. – № 10. – С. 99-114.

3. Паршутина И.Г. Национально-государственные экономические системы: институциональный аспект глобализации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – № 1 (11). – С. 21-24.

4. Паршутина И.Г., Шманев С.В. Динамическая модель прогнозирования эффективности инвестиций в инновационные проекты на промышленном предприятии // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 34-38.

5. Саак А.Э. Информационные технологии управления: учебник для вузов по спец. «Государственное и муниципальное управление». – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 320 с.

6. Сидорова Е.С., Авдеева Н.В. Экономическая эффективность использования баз данных на предприятиях государственного и коммерческого секторов // Научные записки Орел ГИЭТ. – 2010. – №1. – С.441-444.

Музалевская Алла Анатольевна

*к.п.н., доцент кафедры математики, информатики
и информационных технологий*

*ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: maa_orel@mail.ru*

Синельников Александр Александрович

студент 1 курса магистратуры

*ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: maa_orel@mail.ru*

УДК 004:005.336.3

А.А. Музалевская, А.А. Ларина

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Проблема качества продукции в современных условиях выходит на первое место. Ее эффективное решение обеспечивает предприятиям конкурентное преимущество на рынке. Настоящая статья посвящена информационному обеспечению системы менеджмента качества.

Ключевые слова: управление, система менеджмента качества, информационное обеспечение, бизнес-процесс, эффективность.

Одной из ведущих тенденций в современном мире является повышенный интерес к проблемам качества. Поэтому внедрение системы менеджмента качества на предприятии – один из ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе на рынке.

Система менеджмента качества (СМК) – это совокупность организационной структуры, процессов, документации (процедур), ответственности, полномочий и ресурсов, необходимых для достижения целей организации в области качества.

Благодаря высокой мобильности, создаваемые СМК способны подстраиваться под различные модели деятельности организации. К настоящему времени из всех возможных моделей СМК (процессных, премий и конкурсов, аттестации, самооценки) наибольшее распространение получила процессная модель, основанная на требованиях стандарта ISO 9001.

«Процесс – это набор взаимосвязанных и взаимодействующих операций (действий), которые преобразуют входы в выходы для добавления ценности» [5].

Процессный подход помогает преодолеть такие недостатки функционального управления, как:

- чрезмерная сложность организационной структуры;
- делегирование полномочий и ответственности, малопонятная система согласований;
- недостаточная ориентация деятельности подразделений на конечный результат; узкая специализация отдельных сотрудников и подразделений, отсутствие интереса к тому, что прямо не касается собственных должностных обязанностей;
- более сильная, чем внешняя, внутренняя конкуренция (между функциональными подразделениями).

В стандарте ИСО 9001:2011, основанном на процессном подходе, выделены четыре блока процессов (рисунок 1):

1. ответственность руководства,
2. менеджмент ресурсов,
3. процессы жизненного цикла продукции,
4. измерения, анализ и улучшение.



Рисунок 1 – Классификация процессов СМК

Внедрением процессного подхода работа СМК не заканчивается, необходимо осуществлять мониторинг, измерение и анализ всех выделенных процессов, принимать меры, необходимые для достижения запланированных результатов и постоянного улучшения процессов.

Вместе с тем, предприятие, как правило, не имеет возможности привлечь к выполнению задач менеджмента качества достаточно трудовых ресурсов. Возникшую проблему можно решить, восполняя дефицит персонала и рабочего времени за счет применения информационных технологий. Внедрение информационной системы и контроллинг бизнес-процессов на основании данных из нее предусмотрен также и стандартами в области менеджмента качества, создание функциональной подсистемы для ее обслуживания в рамках информационной системы управления предприятием является важным этапом проектирования системы менеджмента качества (рисунок 2).



Рисунок 2 – Внедрение системы менеджмента качества: моделирование и оптимизация бизнес-процессов

Обеспечение ресурсов и информации, необходимых для поддержки процессов, жизненного цикла продукции (услуги) и процессов составляющих основу создания, поддержания и постоянного улучшения СМК организации и их мониторинг - одно из основных требований к СМК стандартов серии ISO 9000-2011.

Информацию, содержащуюся в базах данных информационных систем,

часто называют «информационное обеспечение». Такой подход к определению понятия не совсем верен, поскольку информационное обеспечение – это, прежде всего, создание информационных условий функционирования системы, обеспечение необходимой информацией, включение в систему средств поиска, получения, хранения, накопления, передачи, обработки информации, организация банков данных.

Информационное обеспечение (ИО) – это совокупность созданных решений по объектам, размещению и формам организации информации, циркулирующей в автоматизированной системе управления предприятием в процессе его функционирования. Оно включает в себя нормативно-справочную информацию; классификаторы технико-экономической информации; массивы данных, необходимых для решения задач; унифицированные документы, используемые в информационной системе (ГОСТ 24.003-84). Основное назначение информационного обеспечения – своевременно выдавать системе управления актуальную и достоверную информацию, необходимую и достаточную для принятия близких к оптимальным управленческих решений.

В рамках СМК инструментарий ИО обеспечивает:

1) на этапе планирования – поддержку документированных процедур СМК, регламентирующих основные рабочие процессы, включая возможность их создания и хранения в информационной системе. Этот этап осуществляется при помощи управления нормативной документацией и записями, где обозначены требования к процессам и результатам деятельности;

2) на этапе осуществления – поддержку выполнения процессов, которая реализуется посредством автоматизированного управления потоками работ, составляющими основные процессы;

3) на этапе проверки – измерение процессов и продукции, реализуемое путем накопления данных о характеристиках процессов и их результатах, и их анализа с использованием встроенного инструментария (в том числе и методов статистического анализа), а также автоматизированного мониторинга;

4) на этапе действий для улучшения – поддержку улучшения процессов через использование информационной системы для управления несоответствиями и изменениями с помощью корректирующих и предупреждающих действий, чьи документированные процедуры должны быть реализованы в виде шаблонов потоков работ в информационной системе, включая условия активизации этих шаблонов в случае возникновения несоответствий;

5) управление данными о продукции и обеспечение прозрачности процесса – информационная система должна обеспечивать идентификацию и отслеживаемость продукции на всех стадиях ее жизненного цикла.

Информационная поддержка СМК выполняет три основные функции:

1) построение функциональных моделей системы бизнес-процессов организации, как основы документированных процедур, входящих в документацию СМК;

2) построение модели данных информационной системы (распределенной базы данных);

3) создание основы для разработки и полномасштабного внедрения интегрированной системы управления предприятием на базе CALS-технологий.

Инструменты бизнес-моделирования находятся в процессе постоянного развития. Изначально с помощью таких инструментов можно было описывать лишь бизнес-функции (работы) компании и движение данных в процессе их выполнения. При этом отсутствовала возможность в явном виде определить иерархию бизнес-процессов, что создавало проблемы при использовании таких описаний.

Позднее стали появляться средства, позволяющие описывать организацию не только со стороны бизнес-функций, но и с других сторон: отражать организационную структуру компании, потоки данных в организации, последовательность выполнения бизнес-функций, составляющих единый бизнес-процесс и др.

Из-за непрерывно возрастающих требований к инструментам бизнес-моделирования создание модели все более усложнялось. В связи с этим следующий важный этап развития средств бизнес-моделирования связан с идеей использования единого репозитория (хранилища) объектов и идеей возможного повторного использования объектов на различных диаграммах. Именно эти два положения обусловили возможность создания полноценной модели организации, описывающей ее архитектуру.

На сегодняшний день существует более десятка продуктов, предназначенных для моделирования, анализа и оценки бизнес-процессов, охватывающий все этапы создания систем управления. Согласно исследованиям Gartner Group, к лидерам этого рынка можно отнести следующие компании: Telelogic, IDS Scheer, Trough Technologies, Proforma, Mega, Casewise и Sybase.

Использование специализированных программных продуктов для поддержки деятельности в рамках системы менеджмента качества влечет за собой:

- снижение трудоемкости и напряженности труда руководителя центра менеджмента качества, главного аудитора, специалиста, проводящего надзорный аудит и приводит к повышению производительности их работы;
- улучшение состояния безопасности информации в системе за счет снижения количества ошибок в действиях сотрудников.

Таким образом, создание и развитие информационного обеспечения СМК для предприятия имеет как прямой и косвенный экономический эффект.

Прямая экономическая эффективность – это экономия материально-трудовых ресурсов и денежных средств, полученную в результате сокращения численности управленческого персонала, фонда заработной платы, расхода основных и вспомогательных материалов вследствие автоматизации конкретных видов работ.

Косвенная эффективность проявляется в конечных результатах хозяйственной деятельности предприятия. Ее локальными критериями могут быть: сокращение сроков составления сводок, повышение качества планово-учетных и аналитических работ, сокращение документооборота, повышение культуры и производительности труда и т. д. Основным же показателем является повыше-

ние качества управления, которое, как и при прямой экономической эффективности, ведет к экономии живого и овеществленного труда.

Список литературы:

1. Голенищев Э.П., Клименко И.В. Информационное обеспечение систем управления: учеб. пособие для студ. вузов. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 315 с. – ISBN 978-5-222-17051-9.
2. Интегрированные системы менеджмента: выгоды для малого бизнеса: опыт пользователя // Менеджмент: горизонты ИСО. – 2013. – №4. – С. 22-24.
3. Картузов А.В. Особенности информатизации управления качеством образования в высшей школе // Преподаватель XXI век. – 2010. – №3. – Ч.1. – С. 8-14.
4. Коваленко В.В. Проектирование информационных систем: учеб. пособие для вузов. – М.: Форум, 2012. – 320 с. – ISBN 978-5-91134-549-5.
5. Крылова А.В., Царева М.И. Инновации в системе управления экономической безопасностью промышленных предприятий и проблемы их реализации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – № 2 (10). – С. 198-202.
6. Мартикьян А.С. Основные составляющие повышения эффективности управления большими и сложными системами // Российский внешнеэкономический вестник. – 2010. – №4. – С. 53-62.
7. Паршутина И.Г. Инновационные формы развития организаций как объект управления // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – № 4 (6). – С. 125-132.

Музалевская Алла Анатольевна

*к.п.н., доцент кафедры математики, информатики
и информационных технологий*

*ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: maa_orel@mail.ru*

Ларина Александра Александровна

*студентка 4 курса факультета учета и информационных технологий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: maa_orel@mail.ru*

УДК 368.9.06

Л.А. Алтынникова, Ю.Г. Вишнякова

**ДОБРОВОЛЬНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ.
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

Данная статья посвящена проблеме несовершенства систем обязательного и добровольного медицинского страхования, их преимуществам и недо-

статкам. Человек, в поисках качественного медицинского обслуживания, самостоятельно решает куда ему обратиться за медицинской помощью в районную больницу, в частную клинику или в страховую компанию за полисом ДМС.

Ключевые слова: обязательное и добровольное медицинское страхование, качество медицинского страхования, недостатки и преимущества добровольного медицинского страхования.

О здоровье человек начинает думать только тогда, когда он почувствует себя плохо. Менталитет россиян парадоксален: люди в первую очередь думают о сохранности и безопасности своего имущества и в последнюю очередь о собственном здоровье и жизни. Но рано или поздно любой человек по различным причинам обращается за медицинской помощью, будь то проблемы со здоровьем, или желание пройти диагностическое обследование.

На сегодняшний день наблюдается растущий интерес к медицинскому страхованию. Медицинское страхование – форма социальной защиты интересов населения в охране здоровья, выражающаяся в гарантии оплаты медицинской помощи при возникновении страхового случая за счёт накопленных страховщиком средств. Связано это с тем, что людям выгодней купить страховой полис и забыть о возможных будущих расходах на медицинское обслуживание, нежели при первых симптомах болезни переживать о состоянии своего кошелька, который однозначно истощит предстоящее лечение.

В России медицинское страхование существует в двух видах: обязательном и добровольном. Несмотря на то, что все население застраховано по программе обязательного медицинского страхования (ОМС), государство в определённой степени позаботилось о своих гражданах и помогло им получить бесплатную медицинскую помощь, на рынке страховых услуг достаточно много предложений по добровольному медицинскому страхованию (ДМС). Это естественная реакция на возникновение спроса на дополнительные или более качественные медицинские услуги, так как ОМС не способно в полном объёме обеспечить людей качественными и доступными медицинскими услугами. Наиболее дорогие операции и лечение приходится гражданам оплачивать за свой счет, не говоря уже об очередях в больницах и поликлиниках, работающих по программе ОМС. В связи с многочисленным количеством недостатков обязательного медицинского страхования возникла потребность в альтернативе, воплощенная в оформлении договора добровольного медицинского страхования.

Федеральный закон «Об обязательном медицинском страховании в РФ» №326-ФЗ в настоящее время не регулирует отношения по ДМС, что приводит к необходимости его развития как обычного вида коммерческого страхования, предъявляя требования к расширению ассортимента и повышению привлекательности для страхователей. Отношения по ДМС так же, как и ОМС, относятся к социальному страхованию, преследующему цель организации и финансирования предоставления застрахованному контингенту медицинской помощи определенного объема и качества. Модернизация страховщиками своего предложения по ДМС, его активное продвижение и привлечение клиентов дают шансы для

развития огромного по своим масштабам сегмента страхового рынка [1].

Добровольное медицинское страхование – один из наиболее противоречивых видов страховой деятельности. С одной стороны, оно относится к личному страхованию, и его зачастую сравнивают со страхованием жизни, где объем обязательств страховщика заранее определен в договоре страхования. С другой стороны, специалисты справедливо относят его к рисковому виду страхования и сравнивают со страхованием имущества. Даже в зарубежной практике медицинскому страхованию отводят промежуточное место между страхованием жизни и рисковым страхованием, точнее, «иным, чем страхование жизни». В российской практике на представление о сути ДМС значительное влияние оказывает существующая система ОМС. Низкий уровень доходов населения сказывается на состоянии здоровья, а значит, требуется не только разработка четкой концепции социальной и медицинской защиты, но и обеспечение этой концепции финансовыми ресурсами. Частично эти задачи и должна решить система медицинского страхования, концентрирующая в себе источники финансирования охраны здоровья посредством привлечения средств, формирования фондов страховых фирм, занимающихся ДМС.

Добровольное медицинское страхование – понятие довольно гибкое, что позволяет страхователю самостоятельно сформировать оптимальный пакет медицинских услуг, которые будут покрываться страховкой. Оно может включать в себя стационарное лечение, скорую медицинскую помощь, поликлиническую и стоматологическую помощь. Стоимость полиса при этом будет увеличиваться в зависимости от спектра медицинских услуг. Однако надо заметить, что зачастую медицинские страховки довольно редко покупаются частными клиентами. И дело вовсе не в стоимости таких страховых услуг. Дело в том, что не так много страховщиков готовы заниматься частным ДМС, т.к. данный вид страхования не приносит больших доходов, но при этом является довольно затратным. Да и выплаты по ДМС достигают 70%, что явно невыгодно страховым компаниям. В целом ДМС – довольно убыточный вид страхования. Но этот вид страхования является «имиджевым», то есть показывает, насколько страховая компания умеет работать с клиентом и как быстро и качественно готова решать возникающие проблемы [3].

Главное достоинство ДМС состоит в том, что человек сам может выбрать лечебное заведение из тех, с которыми сотрудничает страховая компания, а также индивидуально согласовать программу страхования со всем перечнем диагностических и лечебных услуг. Полис ДМС позволяет получить высококвалифицированную и своевременную медицинскую помощь в случае возникновения проблем со здоровьем в лучших лечебных учреждениях. Существуют как индивидуальные программы ДМС, так и корпоративные, предназначенные исключительно для юридических лиц. Руководство предприятия может приобрести страховку для своих сотрудников (чаще всего выбирается рисковый ДМС) или для себя и членов своей семьи (депозитный договор ДМС).

Еще одной альтернативой получения медицинских услуг может стать консультация и лечение в частной клинике. Клиент такой клиники сам выбирает

специалистов, стоимость и набор услуг. Однако цены на их услуги настолько разрозненны, что человек, как правило, не знает, в какую лучше обратиться. К тому же, за высокой ценой услуги не всегда стоит высококвалифицированное обслуживание и лечение. Все вопросы административного характера клиент осуществляет сам [4].

Однако перспективы ДМС в России не радужны. Увеличение чистых страховых премий от ДМС вовсе не говорит о росте количества заключенных договоров страхования. Это лишь подтверждение роста цен на медикаменты и обслуживание в медицинских учреждениях, что ведет к увеличению стоимости страховой услуги. Кроме того, страховщики работают только на привлечение корпоративных клиентов, не разрабатывая предложения для физических лиц, и, соответственно, не внедряя системы скидок и бонусов для частных клиентов. Корпоративные клиенты, в свою очередь, постепенно приходят к тому, что в условиях кризиса необходимым условием выживания становится отказ от каких-либо расходов, ведущих к уменьшению прибыли. Проблема добровольного медицинского страхования в том, что при налогообложении расходы на ДМС не относят к валовым, а это значит, что предприятия вынуждены платить за страховки сотрудников практически «из своего кармана» – из прибыли. Если говорить о перспективах медицинского страхования в России, то стоит отметить, что введение обязательного медицинского страхования не принесет ожидаемых плодов.

Дальнейшее развитие рынка ДМС возможно только при одном условии, если программы ДМС станут доступны физическим лицам и снизится стоимость полисов ДМС. Выходом из проблемы отсутствия качественного медицинского обслуживания населения станет усовершенствование системы ОМС, где ДМС лишь бы дополняло ОМС. Необходима хорошая правовая база в этом вопросе, где были бы озвучены функции ОМС и ДМС. В таком случае у страховщиков появится замечательная возможность разработать для своих клиентов комбинированные программы страхования, повысится уровень доверия граждан к страховым компаниям.

Залогом успешного проведения ДМС является разработка страховых медицинских программ, позволяющих обеспечить сбалансированность между страховой стоимостью программы и перечнем предлагаемых медицинских услуг, а также разработка принципов расчета страховых взносов, обеспечивающих выполнение страховщиком своих обязательств по соответствующим договорам. Еще недавно государство гарантировало каждому гражданину бесплатную медпомощь. Сегодня ситуация в здравоохранении кардинально изменилась, и невозможно разобраться – что входит в список обязательных услуг, уже оплаченных из фонда обязательного медицинского страхования (ФОМС), а что нужно оплачивать самому. В этих условиях добровольное медицинское страхование для многих нуждающихся в лечебной помощи становится реальным способом долгосрочной профилактики здоровья.

Таким образом, преимущество добровольного медицинского страхования (ДМС) в том, что вы лично принимаете участие в формировании необходимой

вам страховой программы, определяете виды и объем услуг, выбираете медицинские учреждения, в которых вы хотели бы обслуживаться и лечиться, у ДМС есть будущее [2].

Список литературы:

1. Федеральный закон от 29.11.2010 №326-ФЗ (ред. от 01.12.2014) «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации».
2. Акопов В.И. Медицинское право: современное здравоохранение и право граждан на охрану здоровья. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 378 с.
3. Васильцова Л.И. Основы социального страхования: учебное пособие для вузов. – Екатеринбург: Уральский государственный аграрный университет, 2013. – 184 с.
4. Хоминич И.П., Финогенова Ю.Ю. Страховые механизмы реформирования социальной сферы. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 252 с.

Алтынникова Людмила Александровна

к.э.н., декан факультета дополнительного образования,
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: alyudmila@bk.ru

Вишнякова Юлия Геннадьевна

студентка 4 курса финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: vishnyyuliya@yandex.ru

УДК 642.58:338.46

С.А. Легостаева, Л.Л. Алёхина

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ КЛАСТЕРА НА ПРИМЕРЕ ИНДУСТРИИ ШКОЛЬНОГО ПИТАНИЯ

Концепция кластера представляет новый способ видения экономики региона, а также указывает на новые роли и возможности отдельных предприятий, отраслей, руководства региона и государства в целом в повышении своей конкурентоспособности. Создавая критическую массу для необычайного конкурентного успеха в определенных областях бизнеса, кластеры отражают особенности практически любой национальной и региональной экономики.

Ключевые слова: кластер, система школьного питания, конкурентное преимущество.

Кластеры (на английском – группа, скопление, концентрация, куст) – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных

предприятий, действующих в определенной сфере экономики; для них характерна общность экономических интересов в обеспечении определенных потребностей населения и возможность при этом взаимодополнять друг друга.

Для управления созданием кластера индустрии школьного питания можно использовать следующие направления:

- выявить фактическую региональную горизонтальную структуру взаимосвязей предприятий, чья деятельность связана с производством школьного питания;
- выявить и оценить в рамках региональной горизонтальной структуры внешние и внутренние факторы, ограничивающие процессы индустриализации или способствующие им;
- анализ самоорганизации – формирование целостной системы и окончательное установление структуры управления. [3]

Границы кластеров достаточно редко подчиняются стандартным системам отраслевой классификации, не способным охватить многих важных участников конкурентной борьбы и связи между отраслями. Кластеры, в основном, состоят как из комбинации отраслей, выпускающих готовый продукт, так и из отраслей, составляющих инфраструктуру экономики, а также выполняющих сервисное обслуживание.

Кластер состоит из группы регионально взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся производством и реализацией продуктов питания для школьников, характеризующихся общностью интересов и взаимодополняющих друг друга. В кластер входят также предприятия инфраструктуры и сервиса, обслуживающие основное производство. Конкретно кластер включает (рис. 1):

- предприятия школьного питания;
- предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности;
- заготовительные организации, оптовые и розничные торговые предприятия;
- государственные комитеты и агентства;
- поставщиков технологического и холодильного оборудования, тары и упаковки, маркетинговых, сервисных и иных услуг;
- финансовые институты, кредитные учреждения;
- организации, обеспечивающие специальное обучение и образование персонала, поступление информации, проведение научных исследований и пр.;
- специализированных провайдеров инфраструктуры.

Данный кластер включает предприятия, которые входят и в другие крупные кластеры.

В частности, поставка сырья, полуфабрикатов и тому подобное может быть осуществлена предприятиями, которые входят в такие традиционные кластеры как растениеводства, животноводства и пищевой промышленности через сеть оптовой и розничной торговли.

Государственные комитеты и агентства (областной и районные отделы народного образования, санэпидемстанция, бюро метрологии и сертификации и прочие организации) призваны осуществлять надзор и контроль за процессами приготовления пищи и организации питания школьников.



Рисунок 1 – Кластер «Региональная система удовлетворения общественных потребностей в школьном питании»

Образовательные организации являются поставщиками квалифицированной рабочей силы для предприятий школьного питания, источником инновационных идей, а также научного, научно-методического, информационного и иного обеспечения.

Инвестиции, направленные из кластера «Финансово-кредитные учреждения», улучшают условия его функционирования, имеют мультипликативный эффект, проявляющийся сразу в деятельности всех участников кластера.

Предприятия машиностроения связаны с кластером школьной индустрии посредством поставки и обслуживания оборудования, необходимого для приготовления и хранения пищи.

Процесс потребления школьных завтраков и обедов предполагает наличие требуемого количества транспортной тары для перевозки продуктов, а также одноразовой и многоразовой упаковки и посуды. Парк автотранспорта осуществляет доставку продуктов в школьные столовые и буфеты.

Включение в кластер перечисленных групп предприятий позволяет выявить благоприятные возможности для координации действий и взаимного улучшения в областях общих интересов без угрозы подавления эффективной конкуренции или ограничения интенсивности соперничества. Кластер обеспечивает возможность ведения конструктивного и эффективного диалога между

родственными предприятиями и их поставщиками, с администрацией области, а также другими институтами.

Границы кластера могут изменяться по мере появления новых технологий, предприятий, отраслей, возникновения новых связей или изменения структуры существующих рынков. Вносят свой вклад в смещение границ кластера и законодательные инициативы администрации области

Предлагаемый кластер согласуется с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ. Кластер лучше, чем какие-либо отрасли, охватывает важные экономические связи региона. Он обеспечивает взаимодополняемость между отраслями, распространение технологий, навыков, инвестиций, информации, маркетинга на основе четкого осознания требований заказчиков по фирмам и отраслям. Действительно, большая часть предприятий, предлагаемых в качестве участников кластера, фактически не являются прямыми конкурентами друг другу, так как их экономическая деятельность реализуется в различных отраслях. Тем не менее, у них общие как удовлетворяемые ими конечные потребности, так и ограничения и препятствия в реализации эффективного развития.

Конкурентное преимущество участников кластера «Региональная система удовлетворения общественных потребностей в школьном питании» обеспечивается тремя путями.

1. Посредством повышения производительности. Оно обеспечивает:

1.1. Доступ к информации. Внутри кластера, в процессе осуществления экономической деятельности фактически создается «своеобразная база данных», накапливаются широкие знания по технологиям и другие специализированные виды информации. Доступ к этой информации в кластере беспрепятственен. Следовательно, минимизируются затраты по ее получению.

Кроме того, постепенно создается система информационных связей между участниками кластера. Информационные потоки приводят к образованию эффективной системы коммуникаций. Образование подобного рода системы представляет собой «скелет» кластера.

1.2. Взаимодополняемость. Географическая близость, как один из основных принципов создания кластера, облегчает реализацию взаимодополняемости его участников. Ее проявлением является установление экономических связей и постоянная координация совместной деятельности при реализации основных функций кластера. Фактическое «наложение» системы экономических связей на систему коммуникаций (по аналогии – создание «мышечной ткани» кластера) приводит не только к значительному сокращению необоснованных потерь времени на всех стадиях производственного цикла, но и к созданию имиджа кластера как надежного партнера при формировании деловых связей с другими участниками рынка.

1.3. Более облегченный доступ к специализированным факторам производства и рабочей силе. Участие в кластере в отличие от объединений по вер-

тикали, формальных альянсов с внешними структурами обеспечивает привилегированный, более дешевый доступ к таким специализированным факторам производства, как машины, оборудование, бизнес-услуги, персонал и прочее прежде всего потому, что отсутствуют бюрократические препоны. Движение же экономических ресурсов, их объем и направление внутри кластера регулируется стержневой организацией. Это делает ресурсы доступными, а их потоки оптимальными. В результате происходит оптимизация потребности в материально-производственных запасах, сдерживается тенденция к необоснованному повышению цен поставщиками или к невыполнению ими своих обязательств. Эффективное снабжение ресурсами внутри кластера облегчает коммуникационные связи, снижает издержки на адаптацию, способствует лучшему обеспечению вспомогательным или поддерживающим обслуживанием, таким как установка, наладка оборудования, обучение пользователей, устранение неполадок и своевременный ремонт.

1.4. Доступ к организации и потреблению общественных благ. Получение некоторых общественных благ, доступных в кластерах, тесно связано с администрацией области и общественными организациями региона. Предприятия должны иметь облегченный доступ к таким выгодам, как специализированная инфраструктура или советы экспертов при очень низких издержках. Поэтому стержневая организация, как интегратор и координатор деятельности участников кластера берет на себя ответственность за предоставление подобных услуг.

Государственные инвестиции в специализированную инфраструктуру, в образовательные программы, информацию, торговые выставки, а также другие формы деятельности, работающие на пользу кластера, стимулируются количеством и авторитетом участников и количеством фирм, желающих получить опыт дополнительных выгод от таких дотаций.

2. Посредством повышения способности к инновациям.

Сам факт существования системы коммуникационных связей еще не означает достижения необходимого уровня эффективности деятельности кластера. Движущей силой ее развития и совершенствования взаимоотношений его участников являются инновации.

Участие в кластере дает преимущества в доступе к новым технологиям, методам работы или возможностям осуществления поставок. Входящие в кластер предприятия и организации имеют возможность быстро внедрять как более совершенные компоненты и оборудование, технологии, так и новые концепции обслуживания, маркетинга и т.п. В противоположность этому изолированная фирма имеет худший доступ к информации об инновациях; она вынуждена выделять дополнительные средства для достижения нового знания в пределах своей собственной структуры.

3. Посредством стимулирования новых видов предпринимательской деятельности.

Само по себе существование кластера уже свидетельствует о наличии

определенных возможностей для роста. Предприятия, работающие в кластере или вблизи него, легче осознают существующие резервы роста производства продукции, предоставления сервисных услуг и т.д., которые они могут легко реализовать.

Идеологическая ориентация кластера на воспитание инновационного мышления его участников – это залог реализации экономической сущности предпринимательства. Успешность внедрения инноваций и информированность о существующих благоприятных возможностях рыночной конъюнктуры является «побуждающим мотивационным полем» для создания новых видов предпринимательской деятельности и расширения границ кластера. При наличии подобного видения предприятия с большей готовностью покидают существующие фирмы для того, чтобы создать новое дело в тех областях, где образовались новые экономические возможности.

Кроме того, барьеры входа на рынок оказываются в кластере ниже, чем в любом другом месте. Все требуемые активы, навыки, факторы производства и работники, уже доступные в месте расположения кластера, значительно легче собираются для создания нового предприятия. Местные финансовые институты и инвесторы, привыкшие к кластеру, могут потребовать меньших связанных с риском процентов на капитал. Кроме того, кластер часто представляет собой специфический локальный рынок. Предпринимателю, стремящемуся извлечь выгоду из существующих взаимоотношений, целесообразно оставаться в таком сообществе.

Интегрирующую и координирующую функцию кластера должна взять на себя стержневая организация, создаваемая и контролируемая администрацией области. Эта организация должна стать объединяющей фирмой в кластере.

Реализация стратегического влияния стержневой организации на формирование и развитие кластера должно осуществляться по следующим направлениям.

1. Поддержка стратегий предприятий и организаций кластера:

- устранение барьеров для местной конкуренции;
- сосредоточение усилий для привлечения инвестиций в кластер;
- сосредоточение на содействии по развитию основных видов деятельности в кластере.

2. Поддержка научно-технического и инновационного развития кластера:

- создание специализированных программ обучения и переподготовки кадров для предприятий и организаций кластера;
- построение исследовательской работы по разработке связанных с кластером технологий.

3. Поддержка и развитие инфраструктуры:

- поощрение направленных на интересы кластера усилий по привлечению поставщиков и провайдеров услуг из других регионов;
- создание ориентированных на кластеры зон свободной торговли, науч-

но-технических и промышленных парков и парков поставщиков.

4. Формирование спроса на товары и услуги кластера:

- создание ясных, направленных на обновление, законодательных стандартов для уменьшения неопределенностей в законодательстве, в том числе связанных с развитием кластера;

- организация и спонсирование независимого тестирования, сертификации продукции и сервиса для поставляемой кластером продукции;

- принятие на себя роли требовательного заказчика для выпускаемой кластером продукции.

Таким образом, реализация концепции кластера позволяет достичь высокой степени результативности при взаимном соблюдении интересов всех участников кластерной структуры.

Список литературы:

1. Зуб А.Т., Локтионов М.В. Стратегический менеджмент. Системный подход. – М.: Генезис, 2011. – 848 с.

2. Кластерная политика. Институт региональных инновационных систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innosys.spb.ru/?id=1093>.

3. Портер М.Э. Конкуренция: учеб. пособие / пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

4. Семёнова Н. Стимулирование региональных кластеров и обмен знаниями. Капитал страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kapital-rus.ru/articles/article/1020>.

Легостаева Светлана Алексеевна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

тел.: 89155091011

Алехина Лариса Леонидовна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

тел.: 89202834693

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

УДК 338.532

Г.М. Фёдорова

Формы и методы государственного регулирования цен

В современной экономике сохраняются области, которые не в состоянии функционировать без вмешательства государства. Государственное регулирование цен один из значимых элементов экономической политики. Оказывая влияние на процессы ценообразования, государство может сместить рыночное равновесие и применять цены для уравнивания интересов участников.

Ключевые слова: ценообразование, государственное регулирование, методы регулирования.

Центральные направления государственного регулирования цен в России установлены Постановлением Правительства РФ от 7 марта 1995 г. №239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» (в ред. от 30 декабря 2009 г.).

Для проведения анализа форм и методов государственного регулирования цен для начала дадим определенную характеристику этим категориям ценообразования.

Форма – является способом организации и взаимодействия элементов и процессов, как между собой, так и с внешними условиями.

Метод – это способ достижения цели, структурированная деятельность государства.

Основные две цели, которые возникают перед государственным регулированием цен: удерживание роста цен на конкретные группы товаров и действия, мотивирующие увеличение эффективности производства. Каковы будут результаты государственного регулирования цен, зависит от схожести интересов субъектов регулирования государства, компаний-производителей, посредников и потребителей продукции.

Способами прямого ценового регулирования в российской экономике являются определение предельно допустимых уровней цен, ценовых коэффициентов, максимальных объемов оптовых и розничных торговых надбавок. Их использование замедляет рост цен, но несет в себе возможную угрозу финансовому состоянию производителей [1].

Прямое или так называемое административное вмешательство означает, что государство принимает участие в формировании цен при помощи внесения установленных правил ценообразования.

При рыночной экономике регулируемые цены, как и свободные цены, в

большинстве своем, определяют и ратифицируются самими предприятиями. Воздействие государства на цены такого типа ограничивается подготовкой рекомендаций по установлению цен. Государство устанавливает порядок подсчета затрат, конкретизирует состав затрат, рассчитывает расходы, компенсируемые из прибыли, вводит показатели рентабельности [2].

В большинстве своем государство применяет метод прямого регулирования цен для тех видов продукции и услуг, которые составляют фундамент системы цен. Такими являются цены на энергоносители, услуги транспорта и связи, жилищно-коммунальные услуги и др., которые оказывают значительное влияние на всю экономику страны. При Установлении и регулировании цен на данный вид товаров и услуг, государство проявляет решающее влияние на всю систему цен.

Принято различать следующие формы прямого государственного вмешательства в процесс ценообразования:

1. Замораживание цен – имеет место в случае чрезмерно быстрого роста цен на определенную группу товаров.

2. Установление рекомендательных цен – применяется по основным видам продукции. В случае, когда цена превышает рекомендуемый уровень, возможно применение прогрессивного налогообложения прибыли, которая была получена при реализации товаров выше установленных рекомендательных цен.

3. Установление предельного уровня цены – метод применим в условиях дефицита, чтобы предотвратить сокращение производства, связанное с увеличением свободных цен.

4. Регламентация норматива рентабельности – используется при регулировании цен на продукцию предприятий-монополистов, а также на некоторые виды услуг, где цена регулируется местными органами власти.

5. Установление нормативов для определения цен, т.е. установление состава и порядка подсчета затрат – применим ко всем видам продукции, с целью устранения возможности излишнего роста себестоимости.

6. Декларирование цен на отдельные виды продукции, т.е. это передача в органы ценообразования всеми предприятиями, производящими и реализующими определенную продукцию, декларации о ценах. В права органов ценообразования входит возможность принятия и изменения декларируемой цены, если были допущены нарушения законодательства при ее формировании. Используется при регулировании цен на продукцию предприятий-монополистов.

Косвенное воздействие государства на процесс ценообразования происходит с помощью воздействия на факторы, которые непосредственно влияют на процесс ценообразования, т.е. через систему налогообложения, установление норм амортизации, через регулирование государственных расходов, денежно-кредитную систему, государственную инвестиционную политику и т.п.

К формам косвенного регулирования цен также относятся всевозможные мероприятия и программы, которые разрабатываются государственными органами:

- создание условий для формирования здоровой конкуренции и пред-

принимательства;

- разработка правительством целенаправленных программ с целью развития производства товаров народного потребления, увеличению количества услуг, оказываемых населению, расширению жилищного строительства за счет государственных бюджетных ассигнований;

- стимулирование государством привлечение иностранных инвестиций в страну, создания коллективных предприятий [3].

Методы, при помощи которых государство имеет воздействие на процессы ценообразования, делятся на административные и экономические.

Административные – методы, влияющие на субъекты экономики с помощью административных актов, которые обладают обязательной силой.

В зависимости от сферы применения административных мер их степень влияния может быть различной. Принято выделять 5 сфер, где применение административных мер наиболее эффективно:

1. Государственный контроль монопольных рынков.
2. Охрана окружающей среды.
3. Социальная защита малообеспеченных слоев населения.
4. Защита национальных интересов в системе мирохозяйственных связей.
5. Реализация целевых программ, предусматривающих элементы администрирования в отношении предприятия государственного сектора.

Экономические методы – государственные меры воздействия, создающие определенные условия, которые обеспечивают реализацию рыночных процессов в том направлении, которое необходимо государству.

К экономическим мерам можно отнести кредитно-денежную, политику бюджетную политику, политику прогнозирования, политику программирования. Необходимо учитывать, что экономические меры не идеальны в силу их объективной противоречивости. Если они приносят положительный эффект в одной сфере, то это непременно приводит к негативным последствиям в других сферах.

Наилучшим является сбалансированное сочетание прямых и косвенных методов государственного регулирования цен. Система ценообразования должна, не только проводить принципы конкуренции и свободы рыночных колебаний цен, но также обладать регулируемым характером.

Все методы имеют определенное воздействие на цены, таким образом, различают следующие методы:

1. Ограничительные методы направлены для минимизации возможного роста цен в случае высокомонополизированной экономики и высокой инфляции.

2. Запретительные методы используются с целью ликвидации монополизма, развития конкуренции в условиях рыночного хозяйства, стабильной экономики и направлены на запрет возможностей фиксации цен.

3. Поощрительные методы применяются для активизирования производства жизненно важных или основных видов товаров, например, сельскохозяй-

ственной продукции [4].

Контроль за соблюдением государственной дисциплины цен во всех отраслях экономики России осуществляется Федеральной антимонопольной службой, соответственными департаментами Министерства экономического развития и торговли РФ (департаментом государственного регулирования внешнеторговой деятельности и таможенного дела; государственного регулирования тарифов и инфраструктурных реформ; государственного регулирования в экономике), а также органами ценообразования и контроля за ценами республик в составе РФ, краев, областей и другими органами.

Список литературы:

1. Николаева Т.Е., Воронкова Е.К., Громова Е.И. Государственное регулирование цен в российской практике // Бизнес в законе. – 2011. – №1. – С. 267-271.
2. Лев М.Ю. Ценообразование: учеб. пособие для вузов. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 724 с. – ISBN 978-5-238-01463-0.
3. Комиссарова Е.А., Голоктионова Ю.Г. Исследование динамики потребительских цен в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 93-98.
4. Комиссарова Е.А., Голоктионова Ю.Г. О динамике экономической конъюнктуры в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – № 1 (5). – С. 354-359.
5. Паршутин И.Г., Симонова Е.В. Зарубежный опыт поддержки малого бизнеса и пути его использования в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – № 3 (9). – С. 49-56.
6. Салимжанов И.К. Цены и Ценообразование: учебник. – М.: Экономист, 2008. – 304 с. – ISBN 5-85971-648-6.
7. Смирнова Н.А., Лисичкина Н.В., Пьянова Н.В. Оценка эффективности системы ценообразования коммерческой организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – № 1 (9). – С. 290-296.
8. Шуляк П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 196 с. – ISBN 978-5-394-00816-0.

Фёдорова Галина Михайловна

*студентка 2 курса финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rio-ogiet@mail.ru*

Научный руководитель

Лисичкина Наталия Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rio-ogiet@mail.ru*

А.И. Рябцева, Н.В. Лисичкина

ОСОБЕННОСТИ ТАРИФОВ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Изучение ситуации, сложившейся на рынке транспортных услуг, позволяет сделать вывод о значимости влияния, оказываемого на автотранспортные предприятия, многочисленными факторами внешней и внутренней среды и, прежде всего, тарифной политикой. Ценообразование на рынке грузоперевозок отличается четко выраженной отраслевой спецификой.

Ключевые слова: ценообразование, грузоперевозки, транспортные тарифы, автомобильный транспорт.

Конечная цель всякой фирмы – победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий фирмы. Выработка и реализация фирменной стратегии, которая могла бы лучше соответствовать быстро изменяющимся внешним условиям, стала исключительно важной частью деятельности руководства большинства компаний. И одну из главных ролей в стратегических планах успешно функционирующих предприятий играет учет и использование собственных конкурентных преимуществ, проведение анализа факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы, а также умение противостоять угрозам со стороны конкурентов.

Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения безопасности фирмы, т.е. ее выживания в «суровых условиях действительности» и его последующего эффективного развития. Высокая конкурентоспособность фирмы является гарантом получения высокой прибыли в рыночных условиях. При этом перед фирмой стоит цель достичь такого уровня конкурентоспособности, который помогал бы ей выживать и успешно функционировать на достаточно долговременном временном отрезке.

Заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции (оказываемых услуг), что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта. В связи с этим в современной экономике главным направлением финансово-экономической и производственно-сбытовой стратегии каждого предприятия становится повышение конкурентоспособности для закрепления его позиций на рынке в целях получения максимальной прибыли, изучение и анализ факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность фирмы.

Под факторами конкурентоспособности понимают явления или процессы производственно-хозяйственной деятельности предпринимательской структуры и внешней среды, наличие которых необходимо и достаточно для изменения критериев ее конкурентоспособности (человеческий капитал, качество продукции (услуг), имидж фирмы, затраты на ее производство продукции (услуг) и

др.), а следовательно, и уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры в целом.

В настоящее время в России происходит усиление конкуренции почти в каждой отрасли, вследствие чего руководители фирм находятся в постоянном поиске новых инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности.

С развитием рыночного механизма проблема конкуренции в нашей стране, естественно, резко обострилась, потребовало от всех субъектов рынка принятия решения активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности. В связи с этим, в современной экономике, для закрепления своих позиций на рынке и в целях получения максимальной прибыли, главным направлением управленческой стратегии каждого предприятия становится повышение его конкурентоспособности.

Нормальное функционирование предприятий различных сфер деятельности в условиях рынка предполагает поиск и разработку каждым из них собственной стратегии развития. Чтобы успешно развиваться, предприятие должно иметь оптимальное соотношение между затратами и результатами, изыскивать новые формы приложения капитала, обновлять и улучшать свою продукцию в соответствии с требованиями рынка, находить более эффективные способы ее доведения до конкретных потребителей, проводить обоснованную сбытовую политику, уделять достаточно внимания формированию человеческого капитала, применять принципиально новые методы управления и т.д. Иначе говоря, предприятие должно быть конкурентоспособным и экономически устойчивым.

Довольно часто весь анализ конкурентной среды для наших предприятий и фирм, в лучшем случае, сводится к изучению цен на изделия и услуги, ведь подобный подход к решению данной проблемы требует минимума затрат сил и средств. Но в рамках такой тактики и стратегии никакого реального повышения конкурентоспособности, как правило, не происходит.

Что же еще, кроме цен, нужно знать о своих конкурентах? Каким образом следует оценивать свои сравнительные конкурентные преимущества? Каким образом можно определить, что действительно необходимо для повышения своей конкурентоспособности в данное время и на данном предприятии?

Ответить на эти и другие вопросы, обеспечить конкурентоспособность своему предприятию можно, только изучив все слагающие конкурентоспособности: это и компетенция фирмы, качество продукции или услуги, и имидж фирмы, и сервисное сопровождение и обслуживание, и грамотный подход к отбору и найму сотрудников, управление сформированной командой и многие другие аспекты деятельности организации.

В настоящее время на рынке сферы обслуживания, а также грузовых автоперевозок наблюдается активный рост, который, в основном, ограничивается возможностями транспортной инфраструктуры. Несколько лет назад для данного сегмента рынка была характерна ситуация, когда спрос на грузоперевозки во многих регионах России значительно превышал предложение. В результате чего появилось много новых транспортных компаний и служб доставки, предла-

гающих услуги транспортно-экспедиторского обслуживания, что, в свою очередь, привело к росту уровня конкуренции между транспортными компаниями и к улучшению качества предоставляемого сервиса.

Преобладающая тенденция на данном рынке – рост конкуренции среди транспортно-экспедиционных компаний. Появляются новые компании, предлагающие более широкий спектр транспортно-экспедиционных услуг. Для данного сектора перевозок характерны самые высокие темпы роста по сравнению с другими видами перевозок. В такой ситуации не все транспортные компании имеют возможность предоставлять свои услуги на должном уровне. Благодаря жестким условиям конкурентной среды, остаются наиболее профессиональные компании. Руководители все чаще используют компетентностный подход в управлении. В ряде случаев происходит объединение различных служб доставки с целью повышения качества предоставляемых услуг.

Высокий уровень предложения приводит к тому, что транспортно-экспедиционные компании стараются привести свои услуги в соответствие с международными стандартами. А некоторые службы доставки не ограничиваются основным видом деятельности – грузоперевозки, но и стремятся к оказанию целого спектра транспортно-логистических услуг.

Условия конкуренции на рынке грузоперевозок приводит к тому, что каждый участник рынка работает с максимальной отдачей, высоким уровнем ответственности и оперативности выполнения перевозок. Данные факторы положительным образом влияют на уровень качества предоставляемых транспортных услуг.

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

Ключевым фактором, ведущим к оптимизации технологических процессов на предприятии, становится управляемость компетентностью фирмы, которая формирует имиджем компании. Высококачественное обслуживание могут предложить только те фирмы, которые целенаправленно формируют положительный образ в представлении аудитории, выделяющий определенные ценностные характеристики. Позитивный образ фирмы создается основной деятельностью предприятия и рекламно-информационной работой. Только позитивный имидж повышает конкурентоспособность фирмы, привлекает потребителей и партнеров, укрепляет долгосрочные партнерские отношения. Это фактор доверия потребителя к фирме и ее услугам, а следовательно, фактор процветания самой фирмы, ее владельцев и ее работников.

Конкуренция проявляется в неодинаковой степени на разных сегментах рынка и в различных регионах страны. Однако, конкурентоспособность пред-

приятия в общем смысле этого понятия стала основным фактором его присутствия на рынке автотранспортных услуг. Развитие конкурентной среды в автомобильной отрасли и резервы повышения конкурентоспособности предприятия - проблемы, актуальные в настоящее время, интересные с позиций теории отраслевой экономики и имеющие практическое значение для непосредственных участников процессов создания и предоставления автотранспортных услуг.

Кроме этого, особенностью рынка грузоперевозок является необходимость поддержания постоянной взаимосвязи с ключевыми клиентами, а также поиском новых взаимовыгодных партнеров. Отчасти, это осуществляется посредством регистрации и общения на специализированных порталах, где участники: грузовладельцы и перевозчики имеют возможность размещать и получать новые заказы. Каждой фирме-участнику присваивается определенный рейтинг надежности, влияющий на степень доверия со стороны других фирм. В подобных порталах, наряду с разными разделами и рубриками, существует форум «Недобросовестные партнеры», куда заносятся ненадежные фирмы.

Рынок без конкуренции не реален, поэтому серьезное внимание при изучении рынка автотранспортных услуг должно уделяться анализу деятельности конкурентов. В условиях спада спроса на автотранспортные услуги или его вялотекущего подъема, когда немалая часть исправного подвижного состава остается невостребованной клиентами, конкурентная борьба за расположение клиентуры усиливается. При этом руководство АТО должно владеть вопросами конкуренции и конкурентной борьбы.

Конкуренция для отечественного рынка во многом не привычна. Наш рынок является монополизированным, существенно зависящим от административных органов управления. Но конкуренция уже настолько вошла в нашу жизнь, что многие участники рыночной деятельности ощущают ежедневно ее последствия на результатах своей работы. Проблемы конкуренции и конкурентоспособности приходится решать всем субъектам рыночных отношений – от потребителя, производителя, отрасли до субъектов Российской Федерации. Актуально повышение конкурентоспособности и для России в целом.

Прежде всего, необходимо отметить, что разработка деловой идеи автотранспортного обслуживания должна вестись с позиций выполнения требований клиентуры, которые бывают на практике весьма многообразны. Одни клиенты во главу угла ставят срочность перевозок, другие – обеспечение повышенной сохранности, третьи – полноту выполнения объемов, четвертые – и то, и другое и третье и т.д. Автотранспортная организация должна учитывать, по возможности, все эти требования.

Разработка технологии перевозок грузов и услуг должна осуществляться при помощи компетентного подхода в следующей последовательности:

1. Формирование идей. На этом этапе желательно участие как самого предпринимателя (перевозчика, экспедитора), так и, желательно, других специалистов перевозочного процесса. Идеи могут касаться применения новых типов подвижного состава, прицепов, контейнеров, новых способов погрузки и выгрузки грузов, оптимизации способов доставки, новых маршрутов, прохожде-

ния информации и документов, способов обеспечения сохранности грузов и др.

2. Отбор идей. Для выполнения этой задачи перевозчику, рекомендуется создать небольшую группу специалистов, возможно даже с приглашением независимых экспертов, способных оценить имеющиеся предложения и отобрать из них наилучшие. При этом в основу отбора лучших идей могут быть поставлены различные критерии: прибыль предприятия, степень охвата рынка, экономия затрат и т.п.

3. Разработка выбранной технологии, услуги, системы грузодвижения и ее опытная проверка. При выполнении этого этапа рекомендуется привлекать специалистов по организации перевозок.

4. Разработка стратегии транспортного маркетинга. Необходимо выявить возможное количество потребителей новой технологии, услуги, системы грузодвижения, объемы освоения, возможные трудовые и материальные затраты, прибыль, возможно степень экологического воздействия на окружающую среду, безопасность перевозок и т.д.

5. Доработка технологии, услуги, системы грузодвижения по результатам опытной проверки. На этом этапе необходимо провести технические, экономические, организационные и другие мероприятия по подготовке к повсеместному введению новой технологии, услуги, по совершенствованию грузодвижения. Эти мероприятия могут касаться как непосредственно перевозчиков, так и грузоотправителей и грузополучателей.

6. Широкое использование новой технологии, услуги, системы грузодвижения. Деловой идеей нового автотранспортного предприятия является интенсивный рост и глубокое внедрение на рынок, за счет своевременной доставки груза с обеспечением полной его сохранности, сокращение транспортных расходов клиентов за счет оптимизации маршрутов и интервалов доставки.

Для автомобильного транспорта характерна высокая маневренность и скорость доставки грузов. Его преимущество – в доставке груза без перевалок со склада на склад покупателя. Эффективность автомобильного транспорта зависит также от видов перевозимых грузов, состояния и развитости дорожной сети. Грузовые тарифы на автомобильном транспорте формируются исходя из общих для всех видов транспорта принципов установления тарифов.

Тариф – это денежное выражение стоимости транспортных услуг. В состав транспортного тарифа включаются издержки производства и прибыль транспортных организаций, а также налог на добавленную стоимость (НДС).

Рассматривая вопросы тарифообразования на перевозки грузов и пассажиров на автомобильном транспорте в рамках единой маркетинговой политики, необходимо иметь в виду, что эти тарифы тесно связаны с ценами, действующими в экономике. Изменение цен напрямую связано с рынком топливно-энергетических ресурсов (дизельное топливо, бензин).

Топливный рынок поделен между несколькими крупными производителями и представляет собой своего рода монополию. Конкуренция между этими компаниями крайне мала. Для того чтобы заниматься подобного рода деятельностью, организация должна располагать рядом финансовых и административ-

но-политических ресурсов.

Стоимость на дизельное топливо зависит от географо-климатических факторов (затяжные и холодные зимы влияют на рост цен на зимнюю солярку), экономического упадка в компании и нужде в срочных финансовых вливаниях. Цены в различных компаниях постоянно меняются и невозможно однозначно назвать одного производителя, который реализует свою продукцию по наиболее выгодным ценам. Также обычно в стоимость топлива входят расходы на его доставку.

Часто можно найти объявление о дизельном топливе, которое предлагается к продаже по рекордно низким ценам. Существует несколько вариантов возникновения партий дешевого топлива: водители, которые занимаются транспортировкой топлива, сливают остатки из цистерн, и когда набирается приличное количество, стараются его быстро реализовать. Также продажа дизельного топлива для котельных – эта солярка дешевле, но и имеет свои особенности. Сера в ее составе значительно завышена, что может привести к поломке выхлопных катализаторов и датчиков. Из этого следует, что экономия не всегда является правильным выбором.

Не стоит забывать про цены на бензин. Это всегда актуальная и широко обсуждаемая проблема в нашей стране. Хочется заметить, что в России они несколько ниже, чем во многих других странах Европы. Из чего же складывается цена бензина в России?

Первая и самая важная составляющая цены бензина – это разного рода налоги. На них приходится 60% от стоимости топлива. Это и акцизы, которые не перестают расти, а также налог на добычу полезных ископаемых. Последний формируется исходя из стоимости нефти на мировом рынке.

Россия – самая большая страна мира, поэтому 15% от цены топлива – это транспортные расходы; 8% приходится на себестоимость, в которую входят добыча и переработка нефти; 17% – это прибыль заправочных станций и нефтяных компаний. Все эти составляющие окупаются за счет потребителей нефтепродуктов. Как видно, стоимость бензина зависит от многих факторов. Изменение цен на топливно-энергетические ресурсы обязательно отражается на уровне тарифов на автотранспортные услуги. В свою очередь, повышение тарифов отрицательно сказывается на потребителях услуг. Владельцы грузов вынуждены увеличивать свои цены, а пассажиры – больше платить за проезд, что вызывает социальное напряжение в обществе.

Нормы расхода топлива и смазочных материалов на автомобильном транспорте (Распоряжение Минтранса России от 14.03.2008 г. №АМ-23-р «О введении в действие методических рекомендаций «Нормы расхода топлива и смазочных материалов на автомобильном транспорте»). Нормы расхода топлива устанавливаются для каждой марки и модификации эксплуатируемых автомобилей и соответствуют определенным условиям работы автомобильного транспорта. Расход топлива на гаражные и прочие хозяйственные нужды (технические осмотры, регулировочные работы, приработку деталей двигателей и автомобилей после ремонта и др.) в состав норм не включается и устанавлива-

ется отдельно.

Отсутствие в организации утвержденных норм приводит к злоупотреблениям со стороны водителей и к неоправданным дополнительным расходам. Эти нормы используются как экономически обоснованные для целей бухгалтерского учета для списания ГСМ и для целей налогообложения при исчислении налога на прибыль.

Подтверждением того, что топливо было потрачено в производственных целях, является путевой лист, который и является основанием для списания ГСМ на себестоимость. В путевом листе проставляются показания спидометра и показатели расхода ГСМ, указывается точный маршрут следования, подтверждающий производственный характер транспортных расходов.

Можно сделать вывод, что тарифы на автомобильный транспорт зависят от ряда факторов по каждому отдельному направлению. Составленный план маршрута и выбранный подходящий вид транспорта позволит скорректировать стоимость и время грузоперевозки.

Список литературы:

1. Барулин С.В. Грузоперевозки по Орловской области и России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tkregion57.ru/ceni.html>.
2. Блок А.В., Савина А.Г., Шаникова И.А. Роль и формы проявления эмерджентности в социально-экономических системах // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 1 (7). – С. 296-299.
3. Егорова Т.Н., Шманев С.В. Предпринимательская деятельность и связанные с ней риски (системно-синергетический подход) // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – № 2 (20). – С. 8-16.
4. Зими́на Л.В., Смагина И.В. Использование информационных технологий в статистическом исследовании взаимосвязей социально-экономических показателей // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – № 4 (18). – С. 22-26.
5. Ильминская С.А., Потапова Е.В. Финансовый механизм формирования муниципального заказа на выполнение транспортных услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – № 1 (27). – С. 100-106.
6. Комиссарова Е.А., Голоктионова Ю.Г. О динамике экономической конъюнктуры в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – № 1 (5). – С. 354-359.
7. Методические рекомендации «Нормы расхода топлив и смазочных материалов на автомобильном транспорте». Распоряжение Минтранса РФ от 14 марта 2008 г. №АМ-23-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12059439>.
8. Паршутина И.Г., Симонова Е.В. Зарубежный опыт поддержки малого бизнеса и пути его использования в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – № 3 (9). – С. 49-56.
9. Петрол Плюс Регион. Экономика: портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.yandex.ru/quotes/213/20010.html>.
10. Правовая защита автолюбителя [Электронный ресурс] – Режим до-

ступа: <http://www.vashamashina.ru/petrol-price.php>.

11. Пансков В.Г. Нормы и списание ГСМ, шин. Оформление путевого листа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businessuchet.ru/content.html>.

Рябцева Анастасия Игоревна

*студентка 2 курса финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: iulina00@mail.ru*

Лисичкина Наталия Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rio-ogiet@mail.ru*

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.148:368

Л.А. Алтынникова, А.И. Силкина, Т.А. Удовыдченкова

ФИНАНСОВЫЙ НАДЗОР ЗА СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

В данной статье страховой рынок рассматривается как объект финансового надзора. Приводится ряд причин, которые обуславливают важность осуществления государственного регулирования рынка страховых услуг, указывается ряд особенностей, которые необходимо учитывать при осуществлении финансового надзора за страховым рынком.

Ключевые слова: финансовый рынок, финансовый надзор, страховой рынок, страховая услуга, государственное регулирование.

Что представляет собой страховой рынок? В финансово-правовой науке этот вопрос на сегодняшний день остается недостаточно исследованным. Между тем, страховой рынок представляет собой составную часть финансового рынка страны, где предметом купли-продажи являются страховые услуги. А страхование, соответственно, выступает институтом финансовой системы общества.

Ряд учёных рассматривает страховой рынок как систему общественных отношений, объективно складывающихся между страхователями, страховщиками, иными субъектами в процессе формирования и распределения целевых страховых фондов, а также государственного регулирования организации страхового дела [2].

С экономической точки зрения, страховой рынок – это особая социально-экономическая среда, где происходит купля-продажа страховых услуг как товара, формируются предложение и спрос на них, определяются условия взаимодействия участников [1]. Иными словами, страховой рынок – это рынок страховых услуг, составная часть рынка финансовых услуг.

Страховая услуга – это специфический товар, выражающийся в обязательстве страховщика перед страхователем по возмещению ущерба (убытка) при наступлении страхового случая на оговоренных договором условиях. Страховая услуга обладает всеми четырьмя характеристиками, которые присущи другим видам услуг. К ним относятся: неосвязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника и непостоянство качества.

Страховой рынок можно рассматривать и как сложную интегрированную систему, к звеньям которой относятся субъекты страхового дела, страхователи, страховые продукты, объединения субъектов страхового дела, в том числе саморегулируемые организации а так же Федеральная служба страхового надзо-

ра, которая осуществляет функции по контролю и надзору в сфере страховой деятельности.

Существует ряд причин, по которым придается особое значение осуществлению государственного регулирования рынка страховых услуг:

- Социальный характер страхования. Страховые продукты, предоставляющие защиту от разнообразных природных, техногенных и бытовых рисков, покупают, потому, что это жизненно необходимо и отдельному человеку, и обществу в целом. Во многих случаях государство обязывает граждан пользоваться услугами страховщиков, тем самым создавая необходимость регулирования их деятельности.

- Неопределенность стоимости продукта, отражающаяся в невозможности однозначной оценки издержек, связанных со страховым продуктом, как в момент продажи, так и в период исполнения страховщиком своих обязательств, в частности, при урегулировании убытков.

- Непрозрачность издержек. В страховании процесс ценообразования требует экспертной оценки размера нетто-премии и масштабов расходов на выплаты. Продукты страховых компаний, как правило, имеют нематериальную природу, и потребитель не в состоянии оценить их качество в момент покупки. Страховщик может установить цену, не соответствующую качеству страховой услуги, злоупотребить недостаточной информированностью страхователя относительно содержания и условий заключаемых договоров, ошибки или неточности которых могут выясниться только после наступления страхового случая. Необходимость обеспечения контроля качества страховых услуг и продуктов, выполнения обязательств по договорам страхования, предотвращения злонамеренного использования неосведомленности страхователей со стороны страховых компаний предопределяет необходимость регулирования страховой деятельности.

- Целая группа специальных причин, определяющих необходимость регулирования страховой деятельности, связана со значительными отрицательными последствиями неплатежеспособности и (или) финансовой неустойчивости страховых компаний, когда страховая организация не может выполнить свои обязательства перед страхователем.

Страховые услуги должны предоставляться и потребляться на основе страхового законодательства, строящегося с учетом законов рыночной экономики. Страховой рынок должен формировать все необходимые условия для соблюдения данного правила.

При осуществлении финансового надзора за страховым рынком необходимо учитывать ряд его особенностей.

Во-первых, страховой рынок, в целях обеспечения правопорядка и законности в страховой сфере, объективно требует его государственного регулирования. При этом государство выступает не только как властвующий субъект, но и как лицо, имеющее свои страховые интересы. Здесь необходимо учитывать, что «результативность государственной власти включается в объект надзора постольку, поскольку заложенные в выраженных федеральными законами нор-

мах цели правового регулирования прямо или опосредованно определяют нормативные параметры административной деятельности, а лежащая в плоскости категории эффективности степень достижения указанных целей характеризует законность государственной власти» [3].

Во-вторых, все большее количество страховых отношений в силу необходимости обеспечения добросовестной конкуренции, защиты прав страхователей, застрахованных лиц – потребителей страховых услуг требуют императивного на них правового воздействия.

В-третьих, осуществляя финансовый надзор за страховым рынком должны учитываться сложные взаимосвязи, складывающиеся на рынке финансовых услуг. При этом мы исходим из того, что категория рынок финансовых услуг тождественна понятию финансовый рынок.

Содержательно финансовый рынок есть совокупность таких сегментов, как: рынок ценных бумаг, рынок коллективных инвестиций, кредитных рынков, страховой рынок, валютный рынок и рынок производных финансовых инструментов.

С другой стороны можно рассмотреть финансовый рынок как комплексный правовой институт, сочетающий регулирование нормами административного, финансового, гражданского и других отраслей права [4].

Одним из ключевых понятий финансового рынка является риск (кредитный, инвестиционный, банковский и т.д.). Это обуславливает необходимость существования системы страховой защиты. Современный рынок финансовых услуг использует потенциал всех разновидностей страховых фондов. Многие инвесторы создают фонды самострахования, взаимного страхования. В качестве способа страховой защиты выступает и государственное регулирование финансового рынка, нацеленное на поддержание его ликвидности, сохранения доверия к нему потенциальных и настоящих инвесторов.

Таким образом, можно сделать вывод, что целями государственного регулирования страховой деятельности должно быть обеспечение формирования и развития эффективно функционирующего рынка страховых услуг, создание необходимых условий для деятельности страховых организаций различных организационно-правовых форм, защита прав и законных интересов всех субъектов страховых правоотношений.

Государственное регулирование должно содействовать утверждению на страховом рынке обществ, имеющих прочную финансовую основу, и вместе с тем не допускать на рынок спекулятивных и фиктивных компаний, которые могут нанести ущерб и страховому делу, и страхователям.

Государство, осуществляя государственное регулирование страховых отношений, призвано сделать российский рынок страховых услуг важным элементом экономики.

Список литературы:

1. Страхование: учебник для вузов / С.Б. Богоявленский и др., под ред. Л. А. Орланюк-Малицкой, С. Ю. Яновой. – М.: Юрайт, 2013. – 232 с.

2. Грачева Е.Ю., Болтинова О.В. Правовые основы страхования: учебное пособие. – М.: Проспект, 2012. – 182 с.

3. Кошель Д.Е. Структура финансового рынка // Перспективы развития российского законодательства: материалы межрегиональной научно-практической конференции (28-30 октября 2006 г.) / Под ред. С.С. Кузнецова. – Томск: ДИВО, 2012. – С. 68-74.

4. Шевчук Д.А. Страховые споры: практическое пособие. – М.: Гросс-Медиа, РОСБУХ, 2012. – 56 с.

Алтынникова Людмила Александровна

к.э.н., декан факультета дополнительного образования

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: alyudmila@bk.ru

Силкина Анастасия Игоревна

студентка 4 курса финансово-экономического факультета

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: nastiasilkina@yandex.ru

Удовыдченкова Татьяна Александровна

магистрантка 2 курса

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: alyudmila@bk.ru

УДК 336.763

А.В. Крылова, Т.Н. Белоусова

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Инновации играют важную роль в функционировании и развитии экономики. Изменения размера и структуры инвестиционных вложений в инновационные разработки оказывают решающее воздействие на объем общественного производства и занятости, структурные сдвиги в экономике, развитие отраслей и сфер хозяйства.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, рынок ценных бумаг, финансово-кредитная сфера, экономический рост.

Одной из основных тенденций развития современного российского рынка инвестиционных возможностей является разнообразие предлагаемых продуктов и разнообразие финансовых учреждений, осуществляющих предложение. Так,

основой развития рынка банковских услуг является усиление розничного сектора. Именно с данным сектором рынка, с работой с физическими лицами большинство экспертов связывают перспективы развития банковской отрасли на территории РФ. Конкуренция усиливается за счет прихода иностранных игроков на наш российский рынок. Сильный, легкоузнаваемый бренд во всем мире плюс самые последние технологии, крупный капитал и активы дают надежду на превосходство в борьбе за частного заемщика и вкладчика. Конкуренция между игроками возрастает. Разница между услугами, оказываемыми клиентам, становится все менее заметной. В борьбе за клиента банки расширяют свою продуктовую линейку, перенимая опыт иностранных банков [1].

Инвестиции представляют собой долгосрочное вложение капитала в сельское хозяйство, транспорт, промышленность и другие отрасли хозяйства с целью получения прибыли.

Инвестор (англ. investor – вкладчик) является юридическим или физическим лицом, которое осуществляет инвестиции, вкладывает свои заемные или привлеченным иным способом средства в инвестиционные проекты.

Инвестиционный рынок - это совокупность спроса и предложения на инвестиционные продукты, механизм взаимодействия участников (инвесторов, эмитентов (продавцов), посредников).

Инновации – это процесс преобразования знаний и идей в востребованную потребителем ценность [5].

Развитие любой хозяйственной системы включает инновационные составляющие, преобразующие производственную сферу. К их числу относят технику нового типа, передовые технологии, соответствующие им организацию труда и производства, изменяющуюся мотивацию и предпринимательство.

Во всем мире инновации сегодня — это не прихоть, а необходимость выживания, сохранения конкурентоспособности и дальнейшего процветания.

Рынок инноваций - это общественный институт, способствующий обмену или сводящий вместе продавцов и покупателей инновационных продуктов [3].

На Московской Бирже с 2009 года действует Рынок Инноваций и Инвестиций (РИИ Московской Биржи) – это биржевой сектор для высокотехнологичных компаний, который создан ОАО Московская Биржа совместно с ОАО «РОСНАНО» на базе существовавшего ранее Сектора Инновационных и растущих компаний (Сектор ИРК).

Основной задачей Рынка Инвестиций и Инноваций является пособничество привлечению инвестиций в первую очередь, в развитие малого и среднего предпринимательства инновационного сектора российской экономики.

Главной целью рынка инноваций и инвестиций представляется создание прозрачного механизма привлечения инвестиций в высокотехнологический сектор экономики РФ, а также выстраивание инвестиционной цепочки: от финансирования инновационных компаний на ранней стадии до выхода на биржевой рынок и развитие концепции государственного и частного партнерства.

Основными особенностями данного рынка являются:

- установление позиций на рынке, т.е. участникам предоставляется воз-

возможность выделиться среди других компаний;

- вовлечение инвесторов, которые будут нацелены на компании данного класса;

- высокое внимание, PR (формирование имиджа компании), GR (Government Relations) или отношения с властными структурами;

- помощь со стороны биржи, для которой РИИ является стратегическим приоритетом;

- помощь со стороны различных институтов развития;

- возмещение издержек, связанных с выходом на рынок;

- налоговые льготы (налог на прирост капитала по нулевой ставке).

Отбор компаний на Рынке Инвестиций и Инноваций проводится по следующим критериям:

- наибольшая часть выручки эмитента создается за счет осуществления им хозяйственной деятельности в отраслях, которые связаны с применением инновационных и высоких технологий;

- капитализация эмитента должна быть не менее 50 млн. рублей.

Эмитенты – это юридические лица, органы исполнительной власти либо органы местного самоуправления, несущие от своего имени обязательства перед владельцами ценных бумаг по осуществлению прав, закрепленных ими, а также – это хозяйствующие субъекты, стремящиеся получить дополнительные источники финансирования, и органы государственной власти, выпускающие займы для покрытия части государственных расходов.

В качестве эмитента на рынке ценных бумаг могут выступать любые экономические субъекты, являющиеся резидентами Российской Федерации. Ограничения существуют лишь по отдельным видам ценных бумаг.

На российском рынке ценных бумаг основными эмитентами являются:

- Государство в лице Министерства финансов Российской Федерации – крупнейший эмитент долговых ценных бумаг в России.

- Субъекты федерации и местные органы власти – для финансирования бюджета проводят эмиссию облигаций. Однако после августа 1998 г. все эмитенты этой группы допустили просрочки погашения своих облигаций и процентных платежей по ним. Рост рынка прекратился и в настоящее время на нем обращаются в основном ценные бумаги старых выпусков.

- Бывшие государственные предприятия, преобразованные в Акционерные общества. На эту категорию эмитентов приходится основной объем акций, обращающихся на российском рынке.

- Банки выступают как эмитенты акций, векселей, депозитарных и сберегательных сертификатов.

- Управляющие компании паевых инвестиционных фондов (ПИФов). Эти эмитенты инвестиционных паев пока не смогли занять значимого места на российском рынке ценных бумаг [4].

Эмитент РИИ должен предоставить инвестиционный меморандум – это документ, в котором описываются основные направления развития бизнеса компании и ее финансовые показатели.

Для совершенствования уровня транспарентности эмитентов, а так же снижения рисков инвесторов в рамках данного рынка функционирует институт листинговых агентов.

Листинговый агент представляет собой организацию, которая аккредитована ЗАО «ФБ ММВБ» в соответствии с утвержденным Советом директоров Биржи Положением об аккредитации листинговых агентов ЗАО «ФБ ММВБ» и с которой эмитентом заключен договор об оказании последующей помощи:

- приготовление в соответствии с настоящими правилами листинга комплекта документов, которые необходимы для подачи эмитентом заявления о допуске ценных бумаг к торгам в процессе размещения в ЗАО «ФБ ММВБ» и с прохождением или без прохождения процедуры листинга и/или подачи эмитентом заявления о допуске ценных бумаг к торгам в процессе обращения в ЗАО «ФБ ММВБ» с прохождением или без прохождения процедуры листинга в Секторе РИИ;

- подписание инвестиционного меморандума эмитента, который представляется эмитентом в ЗАО «ФБ ММВБ» при допуске к торгам ценных бумаг и их поддержании в Секторе РИИ (рис. 1).



Рисунок 1 – Сектор для инновационных компаний [2]

Для организации эффективного взаимодействия по проекту РИИ, обладающего высокой значимостью для инновационного развития России, при Московской Бирже создан Координационный совет РИИ Московской Биржи, в который входят представители профильных министерств и ведомств, институтов развития, а также законодательной власти и профессиональных ассоциаций.

У Рынка Инвестиций и Инноваций существует ряд преимуществ для инновационных компаний и для компаний управляющих компаний венчурных фондов.

Для инновационных компаний РИИ предоставляет:

- 1) Возможность получения рыночной оценки стоимости активов.
- 2) Возможность привлечения инвесторов.
- 3) Возможность увеличения прозрачности и возвышения стоимости компании.

4) Возможность получения торгуемых акций, т.е. получение инструмента для проведения сделок M&A и использования в качестве залогов.

5) Возможность привлечения кредитных ресурсов по наиболее низким ставкам.

Для управляющих компаний венчурных фондов РИИ позволяет:

1) Возможность получения рыночной оценки стоимости активов фонда.

2) Возможность привлечения новых инвесторов на вторичных торгах.

3) Возможность получения признаваемой котировки, которая необходима для пайщиков-банков.

4) Возможность отработать использование биржевых механизмов для выхода из проектов в будущем.

Проект по созданию РИИ признается одним из самых приоритетных для группы ММВБ. В апреле 2012 года прошло заседание Координационного совета Рынка Инвестиций и Инноваций, в котором приняли участие представители всех ветвей власти. Участники данного совета приняли решение сконцентрировать все силы на работе с эмитентами. Исходя из данного решения Московский офис ММВБ, и Региональные Биржевые Центры, а также представительства инициативно участвуют в этой работе.

Рынок Инвестиций и Инноваций является новым рынком и для того чтобы он набрал обороты и начал работать в полную силу создателям было необходимо его постоянно поддерживать. В период зарождения на ММВБ рынка облигаций первым эмитентам гарантировали индивидуальный подход, тем самым создавая все необходимые условия для успешного функционирования. Рынок активно заработал и тем самым стал интересным для многих компаний, которые поняли, что это эффективный механизм привлечения инвестиций. В дальнейшем рынок уже активно развивался самостоятельно без поддержки. Такой же путь был и у Рынка Инноваций и Инвестиций. На сегодняшний день при всесторонней поддержке ММВБ постоянно происходит ряд успешных размещений, которые в свою очередь демонстрируют эффективность биржевых механизмов всем потенциальным эмитентам и инвесторам.

Показатели биржевого оборота (turnover velocity) по эмитентам РИИ Московской Биржи существенно превышают аналоги на иностранных торговых площадках, что подтверждают данные в таблице 1 [2].

Рынок IPO – это рынок ценных бумаг, фондовый рынок. Его состояние зависит от количества акций эмитентов и от величины спроса на них. Чем больше акций и выше спрос, тем лучше для рынка.

IPO – способ акционирования, при котором ценные бумаги эмитента впервые становятся доступными для широкой аудитории.

По мнению многих экспертов, участие в IPO несет определенные риски. Так, инвестор никогда не знает, как поведут себя акции компании в ближайшем будущем. Он не располагает достаточной информацией, поскольку у эмитента нет «биржевой» истории. Также на IPO зачастую выходят, окрыленные мимолетным успехом. Это создает дополнительное напряжение среди потенциальных акционеров [6].

Таблица 1 – Ликвидность РИИ по сравнению с иностранными площадками

Компании	Фондовая биржа	Рыночная капитализация, млн. долл.	%	Объем торгов, млн. долл.	Скорость
Фармсинтез	Московская биржа (ММВБ)	41	38	0,9	4,2
Верона Фарма	Насдак	36	31	0,3	1,6
Sanochemia фарма	Хетра	32	15	0,5	3,7
Immunopharma plc	LSE (AIM)	55	11	0,1	1,3
Средняя компании	2,2				
РНТ	Московская биржа (ММВБ)	22	13	0,4	9,9
Беспроводной Телеком	Найс	29	11	2,2	3,6
Норсат интл	TMX	24	13	1,3	4,4
Омега	Насдак	18	17	0,8	10,1
Средняя компании	6,1				
HSCI	Московская биржа (ММВБ)	28	74	3,2	6,7
Living Cell Tech	TMX	20	36	1,2	2,6
China Botanic	NYSE	26	88	2,8	5,3
KIOTECH	LSE (AIM)	42	33	0,6	1,7
Средняя компании	3,3				

В этом случае уместна трактовка аббревиатуры IPO – "It's Probably Overpriced" («они, возможно, переоценены»). Противники такого подхода утверждают, что IPO – это "Immediate Profit Opportunities", т.е. «возможность быстро заработать».

Тренды глобального рынка IPO:

- по итогам 2012 года количество сделок на фондовом рынке сократилось на 36% относительно результатов 2011 года;

- в сумме объем привлеченных средств на фондовом рынке по итогам 2012 составил примерно 85 млрд долл., что на 39% меньше по сравнению с 2011 годом.

Российский рынок IPO состоит из 10 IPO российских компаний в

2012 году, из которых:

- три компании разместились на London Stock Exchange;
- девять IPO состоялось на Московской Бирже;
- шесть IPO в Секторе РИИ, в сумме объем привлеченных средств превысил 750 млн руб.

Вернемся к эмитентам и фондам РИИ. На рисунке 2 изображены эмитенты и фонды РИИ [2].

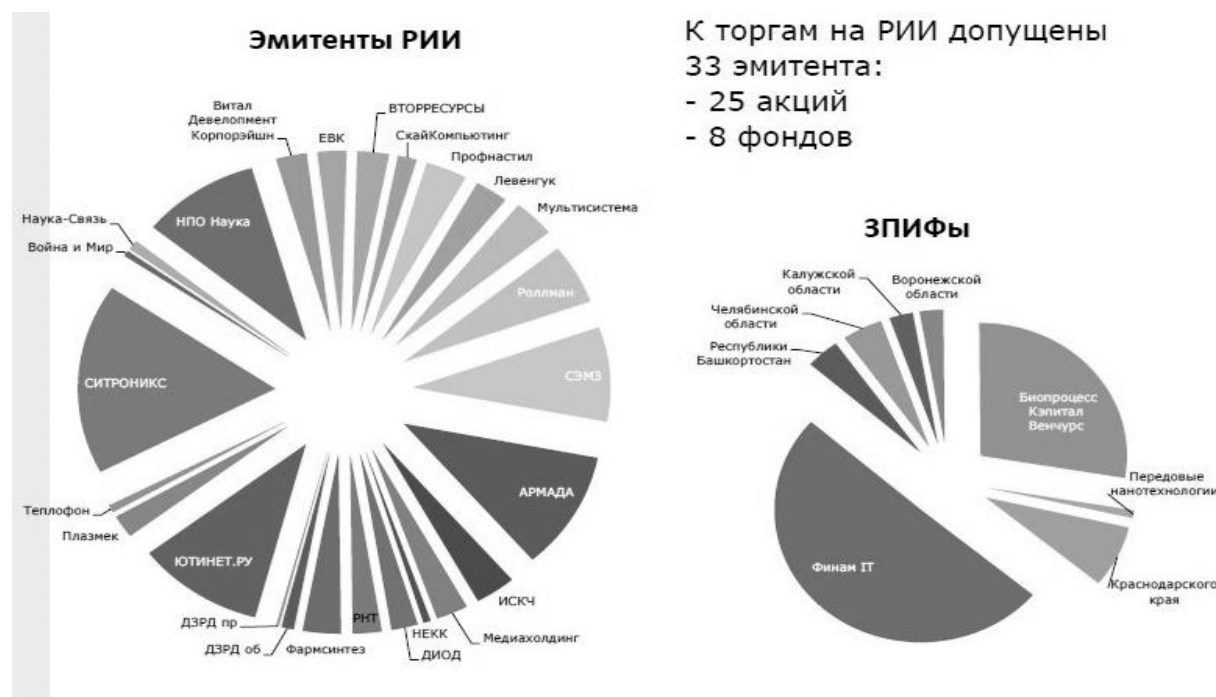


Рисунок 2 – Эмитенты и фонды РИИ

Из долевых соотношений на рисунке видно, что наибольшую часть занимают следующие эмитенты:

- 1) ОАО «Ситроникс» (российский концерн в сфере электроники, телекоммуникационных и информационных технологий).
 - 2) ОАО «Армада» (инновационная российская ИТ-компания, специализирующаяся на разработке программного обеспечения и оказании ИТ-услуг).
 - 3) ОАО «Платформа ЮТИНЕТ.РУ» (интернет-магазин, основанный в Москве в 2004 году, первый российский интернет-магазин, акции которого торгуются на бирже),
 - 4) ОАО НПО «Наука» (российское промышленное предприятие, занимающееся разработкой и производством систем кондиционирования воздуха, систем автоматического регулирования давления летательных аппаратов, систем жизнеобеспечения космических аппаратов и входящих в них агрегатов),
 - 5) ОАО «СЭМЗ» (электромеханический завод).
 - 6) ОАО «Группа компаний «Роллман» (один из немногих в СНГ производитель фильтров и фильтровальных материалов).
 - 7) ОАО «ИСКЧ» (Институт Стволовых Клеток Человека).
- Рассмотрим эмитенты РИИ в таблице 2 [2].

Таблица 2 – Эмитенты РИИ

Эмитент	Объем размещения, млн.руб.	Р/Е (на ремонт размещения)	Среднемесяч- ный объем тор- гов	МСар на 28.02.2013, млн.руб.
ОАО «Армада»	142	30,5	44,88	2 717
ОАО «ИСКЧ»	760	22,4	17,01	990
ОАО «О2ТВ»	344	-	23,96	642
ОАО «НЕКК»	-	16,3	0,14	158
ОАО «ДИОД»	297	8,2	5,87	527
ОАО «РНТ»	300	41,6	3,53	641
ОАО «Фармсин- тез»	528	85,8	20,25	953
ОАО «ДЗРД» (прив)	40	192,1	0,15	239
ОАО «ДЗРД» (обык)	15	-	0,24	60
ОАО «ЮТИ- НЕТ.РУ»	390	34,8	16,67	2 376
ОАО «Плазмек»	до 70	-	106,44	554
ОАО «Теплофон»	до 80	-	0,00	187
ОАО «Синтро- никс»	до 190	-	0,00	4 774
ОАО «Война и Мир»	до 154	17,2	100,12	133
ОАО «Наука- Связь»	до 161	15	2,14	252
ОАО «ЕВК»	-	-	1,32	661
ОАО «Витал Девелопмент Корпорэйшн»	частное размещение			
ОАО «ВТОР- РЕСУРСЫ»	106	-	144,98	727
ОАО «Скай- Компьютинг»	72	-	57,12	420
ОАО «ЧТПЗ- Профнастил»	-	-	0,31	945
ОАО «Левен- гук»	140	-	18,92	914
ОАО «Муль- тисистема»	98	-	1,50	1100
ОАО «Роллман»	350	-	27,92	1918
ОАО «СЭМЗ»	-	-	68,91	2322
ОАО «Наука»	до 134	-	0,00	2692

По данным таблицы 2 можно увидеть, что объем размещения ОАО «Ситроникс» составляет до 190 млн. руб., за ОАО «Ситроникс» разместилось ОАО «Армада», объем размещения «Армады» равен 142 млн. руб., а среднемесячный объем торгов составляет 44,88 млн. руб. На 3 месте по объему размещения – ОАО «Платформа ЮТИНЕТ.РУ», среднемесячный объем торгов составляет 16,67 млн. руб.

ЗПИФы – закрытые паевые инвестиционные фонды, они могут быть интересны как для инвесторов, так и для собственников недвижимости, инициаторов проектов.

Инвесторы, желающие диверсифицировать собственные вложения, смогут инвестировать в альтернативные направления, в т.ч. не связанные с фондовым рынком. Такие инвестиции могут иметь различный потенциал возможных доходностей и различные уровни риска. Например, инвестирование в ЗПИФ недвижимости рентного типа будет иметь уровень риска, близкий к облигационному или ниже, т.к. в состав фонда входит имущество, обладающее определенной стоимостью, следовательно, паи такого фонда будут обеспечены этим имуществом. Но и доходность рентного фонда будет не слишком высокой, на уровне банковских депозитов или немного выше. Ожидаемая доходность инвестирования в венчурные или девелоперские фонды может быть значительно выше, соответственно, выше будет и уровень риска.

На рисунке 2 мы видим, что в закрытые паевые инвестиционные фонды входят: наибольшую часть занимает «Финам-Банк», после располагается «Био-процесс капитал венчурс», ЗПИФы Краснодарского края, Челябинской области, Республики Башкортостан, Калужской области, Воронежской области и закрывают этот список «Передовые нанотехнологии».

На рисунке 2 видно, что на РИИ наибольшая часть ЗПИФ принадлежит «Финнам IT», объем размещения составляет 500 млн. руб., среднемесячный объем торгов равен 2,53 млн. руб., стоимость чистых активов составляет 5631 млн. руб. За «Финам» расположились «Био-процесс Капитал Венчурс» – объем размещения составляет до 30 млн. руб., стоимость чистых активов равна 3000 млн. руб. После размещается Краснодарский край с стоимостью чистых активов равной 808 млн. руб.

Рассмотрим статистику РИИ Московской Биржи на рисунке 3 [2].

На рисунке 3 мы видим, что наибольшую долю занимают венчурные фонды (28,46%), после располагаются информационно-телекоммуникационные системы (18,41%), интернет технологии (16,17%), «Чистые технологии» и новые материалы (15,53%), биотехнологии и медицинские технологии (8,22%), авиационные и космические системы (6,985) и завершают энергетика и энергоэффективность (6,23%).

Капитализация фондового рынка – показатель, характеризующий масштабы операций на фондовом рынке.

Совокупный объем торгов в Секторе РИИ по итогам 2014 года – 13,95 млрд. руб., рост более чем на 50% г-к-г.



Рисунок 3 – Статистика РИИ Московской биржи

Из выше сказанного следует, что инвестиции и инновации играют существенную роль в функционировании экономики. От изменения в количественных соотношениях инвестиций зависит объем общественного производства и занятости, структурные сдвиги в экономике, развитие отраслей и сфер хозяйства.

Список литературы:

1. Арманшина Г.Р., Захарова Т.В. Инновационная политика: системный подход // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №4 (18). – С. 10-16.
2. Голоктионова Ю.Г., Комиссарова Е.А., Лисичкина Н.В. Системный анализ и проблемы принятия решений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 107-115.
3. Егорова Т.Н., Шманёв С.В. Дисфункция механизма привлечения инвестиций в инновационную деятельность промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. 2013. – №3 (25). – С. 49-54.
4. Захарова Т.В. Процессы и механизмы концентрации капитала в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №3 (5). – С. 53-57.
5. Ильминская С.А. Эффективность экономики: критерии и показатели // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – № 4 (14). – С. 103-107.
6. Инвестиции и их роль в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/finance/3c0b65635b2bd68b4c43a88521206c27_0.html.
7. Инвестиции: понятие, сущность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/finance/3c0b65635b2bd68b4c43a88521206c27_0.html.
8. Концепция инновационного маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0b65625b3bd68a5d53a88521216c37_0.html.
9. Лисичкина Н.В. Инвестиционная политика государства и проблемы

экономического развития промышленности // Транспортное дело России. – 2013. – № 4. – С. 14-15.

10. Лисичкина Н.В. Управление инвестиционной деятельностью современного предприятия // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (8). – С. 277-285.

11. Лыгина Н.И., Паршутина И.Г. Потенциал конкурентоспособности промышленных предприятий России в условиях глобализации мировой экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №4 (18). – С. 51-59.

12. Маренков Н.Л. Ценные бумаги. – 2-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2005. – 602 с.

13. Паршутина И.Г., Шманёв С.В. Управление инвестиционными потоками на промышленном предприятии с использованием новых принципов оценки // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т.34. – №1. – С. 173-177.

14. Роль инноваций в развитии предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gendocs.ru/v6847/ответы_на_экзаменационные_вопросы_-_инновационный_менеджмент.

15. Рынок Инноваций и Инвестиций Московской Биржи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rts.micex.ru/s25>.

16. Соболева Ю.П., Арманшина Г.Р. Квазиинтеграция и её роль в развитии инновационной экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 137-143.

17. Шманев С.В. Управление инновациями на основе концепции расслоенных пространств // Вестник ОрелГИЭТ. – 2007. – №2 (2). – С. 71-80.

18. Шманёв С.В., Лисичкина Н.В. Основные тенденции развития инвестиционных процессов в экономике России // Транспортное дело России. – 2008. – № 2. – С. 72-76.

19. Шманёв С.В., Паршутина И.Г., Перепечаева Е.С. Менеджмент инновационной деятельности промышленных предприятий в условиях неопределенности и риска // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2013. – №4. – С. 56-62.

Крылова Анна Викторовна

к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: annacofiy@mail.ru

Белоусова Татьяна Николаевна

студентка 1 курса магистратуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: annacofiy@mail.ru

УДК 336.14(470)

Я.Г. Попова

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ БЮДЖЕТНОГО ПОДХОДА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В данной статье рассмотрена специфика бюджетирования, главной целью которого является результат. Так же рассмотрены и проанализированы все проблемы и способы разрешения их, по средствам которых повыситься качество бюджетирования, ориентированного на результат.

Ключевые слова: бюджет, реформа, бюджетный процесс, результат, бюджетное планирование, исполнение.

Органы власти РФ в последние годы формирует свою деятельность, переходящую из простого освоения бюджета и составления отчетов о использовании ос в полноценный процесс планирования бюджетных результатов, в целях повышения качества результатов экономического и социального характера, а так же подготовка отчетов.

Данную работу государственных органов принято называть бюджетирование, которое ориентируется на результат. Хорошо просматривается сущность результатного подхода при прослеживании стадий бюджетного процесса. Реализация бюджетирования, которое прежде всего интересуется результатом, на стадии планирования, после чего следует дальнейшее развитие на стадии исполнения бюджетов, и заканчивается процесс в заключительной отчетности.

В РФ результатный подход формируется и реализуется по средствам выделения на каждой из стадий основные действия процессов бюджета, далее отразить данные в отчетах, сформулировать рекомендации, необходимые для поднятия уровня качества бюджетирования в стране.

Государственными уполномоченными была разработана система действий субъектов сферы бюджета на стадии планирования, которое характеризуется результатом. Правильным считается разделение всех операций на базовые действия, действия финансовых органов и отраслевых, под ними понимаются министерства, комитеты, ведомства, которые отвечают за отрасли социальных и экономических отношений. На стадии планирования бюджетного процесса, базовыми считаются следующие действия:

1. Поставка задачи формирования бюджета на основе результатного подхода, определение срока реализации каждого действия в ходе бюджетного планирования;
2. Определение принципов формирования бюджета с ориентацией на результат, установление подходов к формированию программ, каждая из которых ориентирована на определенную цель и предполагает достижение совокупности результатов;

3. Внесение (при необходимости) изменений в законодательные и нормативные акты) обеспечивающие регулирование процесса формирования бюджетов в позиции ориентации на результат;

4. Разработка методических рекомендаций в части формирования бюджетов, включающих, в том числе, описания видов результатов, порядка формирования государственных и муниципальных программ и пр.

5. Определение приоритетов социально-экономического развития территории, целей и результатов, которые должны быть достигнуты за определенный период за счет средств соответствующего бюджета; Распределение объема бюджетных ресурсов между программами, каждая из которых ориентирована на определенную цель и предполагает достижение совокупности результатов;

6. Предоставление плановых показателей программ (включая цели и результаты), проекты бюджета в целом для сведения общественности (включая общественные слушания, размещение в сети Интернет и пр.) в соответствии с принципом открытости.

Действия отраслевых органов являются:

1. Корректировка приоритетов социально-экономического развития (при необходимости) на основе обоснования большей значимости одного из приоритетов; конкурентная борьба за бюджетные финансирования;

2. Разработка плановых документов (в том числе государственных и муниципальных программ), в которых цели и плановые результаты социально-экономического развития взаимоувязаны с запрашиваемыми объектами бюджетных средств.

3. Формирование обоснования, заявок на получение бюджетных средств из бюджетов вышестоящих уровней с целью достижения запланированных результатов;

4. Формирование государственных(муниципальных)заданий учреждениям и организациями бюджетной сферы, в которых фиксируются объемы различных государственных(муниципальных) услуг и их финансовое обеспечение.

Действиями финансовых органов являются:

1. Финансовая экспертиза заявок, запросов различных субъектов (учреждений, организаций бюджетной сферы, органов власти, управления нижестоящих уровней, предприятий и пр.) на получение бюджетных средств (экспертиза обоснованность запроса, в соответствии планового результата использования средств запрашиваемым объемом финансирования);

2. Финансовая экспертиза программ, разработанных отраслевыми органами власти (управления), с точки зрения определения возможности достижения запланированных результатов при заданном плановом объеме бюджетных средств;

3. Формирование программного бюджета как совокупности программ, ориентированных на приоритетные цели социально-экономического развития территории. Стадия бюджетного планирования в плане обеспечение соблюдения общей логики бюджетирования, ориентированного на результат, представляет наибольшую ценность.

Именно на этой стадии определяется общая логика формирования бюджетов в соответствии с требованиями результатного подхода, создаются методические инструктивные материалы для использования как органами власти(управления), так и учреждениями, организациями.

Как указывают исследования, посвященные зарубежному опыту результатного бюджетирования, на этапе составления бюджета главным аспектом является планирование распределения бюджетных ассигнования в зависимости от ранее достигнутых и планируемых результатов. Все предоставленные действия в значительной степени стали традиционными для упомянутых субъектов. Безусловно, для заключения максимально полном отражении требований результатного подхода в работе финансовых органов, отраслевых органов, а так же высших руководителей различных территорий необходимо более длительная практика результатного бюджетирования.

Так же важно обеспечить решение ряда существенных проблем, характерных для стадии бюджетного планирования. Вероятно, что определенная часть из предоставленных негативных ситуаций на стадии формирования бюджетов будет решена только за счет развития практики результатного бюджетирования во времени, за счет накопления опыта. Тем не менее уже в настоящее время целесообразно реализовывать ряд рекомендаций, направленных на повышение качества формирования бюджетов. Прежде всего необходимо ввести в бюджетный кодекс РФ однозначное для всех элементов бюджетных отношений понятие «результат», а так же обязательные для расчета виды результатов.

Кроме того, законодательно необходимо закрепить технологии, позволяющие реализовать принцип конкуренции за бюджетное финансирование на основе отбора наиболее важных приоритетных направлений, меры стимулирования субъектов, реализующих принципы результатного планирования, меры ответственности за формальный подход к работе, в частности за слабо проработанные программы, завышенные или заниженные результаты и т.п.

Отраслевым органом государственной власти представляет необходимым разработать квалификации, группировки результатов, с тем чтобы использовать данные классификации субъектами, отвечающие за формирование бюджетов, программ, заданий и пр. Важно помнить, что ошибки, допущенные на стадии бюджетного планирования нивелируют возможность исполнения бюджетов в соответствии с требованиями бюджетирования, ориентированного на результат. Кроме того, превращают процесс подготовки бюджетной отчетности в формальность. Разработана совокупность действий субъектов бюджетной сферы на стадии исполнения бюджетов, отражающая идеологию бюджетирования, ориентированного на результат. На данной стадии выделяются общие(базовые)действия, так как работа по исполнению носит конкретный характер и осуществляется финансовыми и отраслевыми органами на всех уровнях власти и планирования.

Действия отраслевых органов, учреждений и организаций:

1. Разработка внутренних документов, регламентирующих процесс получения и использования бюджетных средств (в рамках установленных полномочий);

2. Своевременное заключение договоров(контрактов)на поставку продукции, работ, услуг в соответствии с принципом конкуренции, обеспечивающим отбор поставщиков (подрядчиков)по ценовому уровню, параметрам качества, срокам и пр.;

3. Контроль за качеством и сроком выполнения договоров(контрактов), при наличии объективных причин – отказ от выполнения обязательств при выявленных отклонениях от зафиксированных требований со стороны поставщиков(подрядчиков);

4. Контроль за текущими показателями использования бюджетных средств по окончанию отдельных периодов года (месяцы, кварталы) и степени реализации различных проектов, финансируемых за счет бюджетов.

Действия финансовых органов:

1. Доведение в установленные сроки до распределителей и получателей средств параметров(данных), определяющих их финансовые возможности на плановый период;

2. Обеспечение воздействия между субъектами, получающими средства из бюджетов, и финансовыми органами на уровне, который обеспечивает минимизацию издержек, сокращение времени передачи информации;

3. Контроль за целевым исполнением средств, а так же по возможности, контроль за степенью достижения текущих результатов (в течении финансового года по субъектам, получающим, средства бюджетов) и использования полученных данных при предоставлении очередной суммы бюджетных средств. Вносимые изменения должны обеспечить достижение установленных целей социально-экономического развития и плановых результатов по каждому направлению расходов. Фактически, на стадии использования бюджетов концепция бюджетирования, ориентированного на результат становятся инструментом практических действий. Заложенные в плановые документы параметры (главным образом, результаты использования бюджетных средств) на стадии исполнения бюджетов должны быть достигнуты.

На стадии исполнения бюджета распределители бюджетных средств должны принимать все возможные меры по управлению финансовыми ресурсами и меры административного характера по оптимизации организации собственной деятельности для достижения наилучших результатов. На стадии исполнения бюджетов заключаются договоры на поставку продукции, работ, услуг, списываются средства со счетов бюджетов, вносятся изменения в бюджеты в целях обеспечения перераспределения ресурсов для достижения максимальных результатов, образуется экономия бюджетных средств и т.д. Главной задачей технического характера на стадии исполнения бюджетов является своевременное доведение до субъектов плановых объемов финансирования на год, что обеспечивает своевременное использование ресурсов. Также крайне важно своевременно выявлять факты нецелевого использования средств, применять меры принуждения для минимизации потерь бюджетов и срыва достижения результата.

Помимо этого принципиально своевременно вносить изменения в бюджет

в связи с изменением потребностей в расходах, возникновением непредвиденных обстоятельств, которые могут негативно отразиться на степени достижения результатов использования средств.

Проблемы реализации результатного подхода на стадии исполнения бюджетов:

- Длительность составления различных внутренних документов органов власти/управления, которые должны решать технические аспекты исполнения бюджетных ресурсов.

- Затягивание этой работы не позволяет своевременно начать процессы принятия обязательств, санкционирования оплаты, в целом не позволяет обеспечить соблюдения графиков выделения средств:

- Нарушения при отборе поставщиков для поставок продукции, работ, услуг для государственных нужд, срывы графиков выполнения работ, поставок товаров, отклонения от требований качества, вследствие чего нарушается принцип эффективности использования средств.

- Отклонения фактических объемов бюджетных средств от плановых параметров, предусмотренных законом о бюджете, что создает опасность отклонений фактических результатов от плановых результатов. На стадии исполнения бюджетов для более полного отражения идеологии бюджетирования, ориентированного на результат, могут быть реализованы определенные рекомендации. Прежде всего необходимо добиваться своевременности доведения плановых объемов бюджетного финансирования до получателей и прочих субъектов. Если эти данные доведены с опозданием, то с опозданием заключаются договоры с поставщиками, следовательно, есть опасность, что средства бюджета будут использованы не в полном объеме и не будет достигнут результат. Так же крайне важно повышать качество планирования доходов бюджетов в плане ожидаемых поступлений в течении года и, в случае изменения объемов поступлений, вносить изменения в бюджет как можно раньше. Если изменения в бюджет в связи с ростом доходов вносятся поздно, дополнительные объемы финансирования, направляемые в соответствующие отрасли, различным учреждениям, могут быть не использованы до конца года, либо использование может быть неэффективным.

С другой стороны, если доходы бюджета сокращаются и вносят изменения в бюджет в плане сокращения расходов, это также должно быть сделано как можно раньше, чтобы дать возможность изменить плановые показатели результатов, перераспределить средства с менее значимых направлений и пр. При окончании каждого финансового года составляет отчетность об исполнении бюджета, которая и должна дать ответ на вопрос о том, насколько эффективно были использованы средства, какова степень достижения результатов по направлениям, и целей социально-экономического развития в целом. Отчетность об исполнении бюджета должна иметь срез, характеризующий плановые и фактические результаты деятельности.

Действия отраслевых органов и финансовых органов:

- Оценка эффективности государственных программ;

- Подготовка учреждениями с последующей проверкой отчетов об исполнении государственных заданий;
- Сопоставление фактических и плановых результатов по отдельным подпрограммам и мероприятиям государственных и муниципальных программ;
- Выявление обоснованных причин, по которым плановые результаты не были достигнуты, а так же обстоятельства, которые привели к превышению фактических результатов над плановыми;
- Выявление необоснованных причин неэффективного использования бюджетных средств, определение виновных должностных лиц, формирование документальной основы для привлечения к ответственности.

Оценка экономии финансовых ресурсов, которая фактически сложилась по определенному направлению при том, что плановые результаты были достигнуты в полном объеме или перевыполнены. Разнообразные направления работы как отраслевых, так и финансовых органов на стадии составления бюджетной отчетности должны стать базой для разработки мероприятий по совершенствованию деятельности субъектов бюджетной сферы, органов власти и управления, для подготовки предложений о внесении изменений в законодательство. В соответствии с международным опытом, при переходе к концепции бюджетирования, ориентированного на результат, возрастает роль отчетности, мониторинга и оценки результатов.

Проблемы реализации результатного подхода на стадии составления отчетов об исполнении бюджетов:

1. Работа по оценке эффективности как отдельных программ, так и расходов отчетного года в целом завершается достаточно поздно, что не позволяет внести своевременные коррективы в бюджетную политику текущего года. Таким образом, если в отчетном году были обнаружены факты неэффективного использования средств субъектами, а так же по программам, нет возможности изменить плановые объемы расходов по этим субъектам или параметры программ в текущем году; это продолжает практику неэффективного использования средств и негативно отражается на действительности результатного подхода.

2. Формальный подход к оценке эффективности программ, применение чрезмерно сложных и абстрактных методик, которые подменяют явления реальной ценности, полезности бюджетных расходов расчетом многочисленных коэффициентов, удельных весов и пр. По документам программ может быть эффективна, но в действительности её реальная полезность может быть минимальной. Объективной причиной наличия данной проблемы является отсутствие единых подходов к оценке эффективности. В отечественной и зарубежной литературе используются близкие по звучанию, но различающиеся по содержанию понятия и определения. Как отмечают О.И. Тишутина и А.В. Михайлов, анализ подходов к определению эффективности бюджетных расходов позволяет сделать вывод, что разные исследователи используют одни и те же термины, но вкладывают в них различное значение и используют различные методы расчета показателей.

3. Достаточно редко в процессе подготовки отчета об исполнении бюдже-

та включаются сведения об оценке результатов расходования средств со стороны населения. Бюджетная отчетность является документом для специалистов, хотя концепция бюджетирования, ориентированного на результат, устанавливает связь между мнением потребителей бюджетных услуг и итоговой оценкой степени достижения результатов профессиональными структурами.

В качестве рекомендаций, направленных на повышение качества результатного бюджетирования в ходе подготовки отчетов об исполнении бюджетов, необходимо упомянуть такие направления деятельности, как:

1. Совершенствование методик оценки эффективности (их трансформация в действенный способ установления взаимосвязи между наглядными достигнутыми результатами использования средств и фактическими объемами расходов бюджетов);

2. Подготовка оперативных отчетных документов, которые позволили бы внести необходимые коррективы в параметры бюджета текущего года с учетом ошибок и проблем прошлого периода;

3. Более активное использование мнение населения о фактически достигнутых в отчетном году общественно значимых результатах.

Бюджетирование, ориентированное на результат, – это технология, которая сквозным образом проходит через все стадии бюджетного процесса.

От качества её реализации на каждой стадии зависит успех на стадиях последующих, в конечном итоге – эффективность бюджетных расходов, степень практического достижения важных социально-экономических целей, уровень доверия общества к деятельности органов власти и управления. На каждой стадии бюджетного процесса на всех уровнях власти и управления в нашей стране следует ежегодно повышать качество применения принципов бюджетирования, ориентированного на результат.

Список литературы:

1. Блок А.В., Савина А.Г., Шаникова И.А. Роль и формы проявления эмерджентности в социально-экономических системах // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (7). – С. 296-299.

2. Бюджетирование, ориентированное на результаты: анализ мирового опыта и возможностей его распространения в России: научный отчет Фонда «Институт экономики города» [Электронный ресурс]. – М., 2004. – 64 с. – Режим доступа: http://www.urbanEconomics.ru/download.php?dl_id=2500.

3. Голоктионова Ю.Г., Комиссарова Е.А., Лисичкина Н.В. Системный анализ и проблемы принятия решений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 107-115.

4. Зимина Л.В., Смагина И.В. Использование информационных технологий в статистическом исследовании взаимосвязей социально-экономических показателей // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №4 (18). – С. 22-26.

5. Ильминская С.А. Финансовые ресурсы муниципальных образований // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (8). – С. 354-363.

6. Ильминская С.А. Эффективность экономики: критерии и показатели //

Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №4 (14). – С. 103-107.

7. Институциональные механизмы модернизации экономики / под общ. ред. Лазаренко А.Л. – Воронеж: Научная книга, 2010. – 214 с.

8. Лисичкина Н.В., Голоктионова Ю.Г. Синергетика как способ решения проблемы прогнозирования динамики развития сложных социально-экономических систем // Фундаментальные исследования. – 2015. – №7-2. – С. 413-417.

9. Паршутина И.Г. Национально-государственные экономические системы: институциональный аспект глобализации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №1 (11). – С. 21-24.

10. Тишутина О.И., Михайлов А.В. Бюджетные расходы: вопросы эффективности, результативности и разработка системы показателей оценки // Проблемы современной экономики. – 2012. – №4. – С. 194-198.

11. Миляков Н.В. Финансы. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 543 с.

Попова Яна Геннадьевна

*студентка 3 курса финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: YANOCHKA.MC@mail.ru*

Научный руководитель

Лисичкина Наталия Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rio-ogiet@mail.ru*

УДК 336.767.1

Н.Н. Соколова, Е.В. Ильюшина, И.С. Федосеева

ПОГОДНЫЕ ФЬЮЧЕРСЫ

В данной статье рассматривается история возникновения погодных фьючерсов в мире, изучается механизм их действия и целесообразность их применения на финансовых рынках России. Проводится сравнительный анализ хеджирования и страхования, а также изучаются возможности применения фьючерсов на погоду в различных отраслях экономики.

Ключевые слова: фьючерс на погоду, хеджирование, климатические изменения, индекс охлаждения, индекс подогрева, риски, деривативы.

На протяжении всей истории климат на Земле постоянно менялся. С учетом развития индустрии и промышленности значительно усилилось и влияние антропогенного фактора. Смерчи, землетрясения, наводнения способны влиять

не только на человека, но и на бизнес. На сегодняшний день одной из глобальных тенденций в мире является разброс температур, который затронул и Россию. Можно заметить, что лето становится жарче, а климатические границы зимы уменьшаются, температурные рекорды постоянно обновляются. Несмотря на то, что мы живем в эпоху инноваций и прогресса, управлять природой человек так и не научился. Напрямую от погодных условий зависит более 30% экономики мира. Огромное влияние погода оказывает на такие отрасли, как энергетика и сельское хозяйство [1, с. 241]. А без них совершенно немыслимо успешное функционирование экономики любой страны. Так как же оградить свой бизнес от разрушающих действий природы?

На первый взгляд, вопрос кажется простым. Ведь для того чтобы снизить инвестиционные риски и защитить свой бизнес достаточно просто застраховать его. Конечно, страхование – это классика жанра, но существует и альтернатива, которую уже не первый год предлагает современный фондовый рынок, но, о которой так мало известно российским предпринимателям. Это погодные фьючерсы. В покупке фьючерсов на погоду в наибольшей мере заинтересованы компании, сфера деятельности которых сильно зависит от колебания температур. Среди таких участников мировой экономики можно выделить нефтеперерабатывающие и газодобывающие компании. Кредитные и страховые фирмы также заинтересованы в таком финансовом инструменте как погодный фьючерс, ведь они выступают партнерами для «погодозависимых» компаний и также несут риски от ошибочности или неточности прогнозов. Таким образом, заметим, что погодные фьючерсы – тема актуальная и довольно важная для внушительного количества предприятий в разных отраслях экономики. По приблизительным подсчетам, рентабельность примерно каждой шестой американской организации находится в прямой зависимости от температурных значений. Для России эти показатели еще значительнее [3, с. 30]. Суровые сибирские климатические условия нередко вносят большие изменения в планы компаний, расположенных в таком регионе. Даже техника, специально произведенная для работы в условиях вечной мерзлоты не всегда выдерживает проверку температурами ниже 50 градусов Цельсия – и фирма несет существенные материальные затраты и даже рискует остаться в убытке. Отрицательное воздействие может оказать и другое явление, которое все чаще приходит летом в Россию – это аномальная жара.

Подобной ситуации можно было избежать, если бы у предприятия был заключен погодный фьючерсный контракт, гарантирующий определенную выплату в случае падения показаний термометра ниже, например, все тех же минус 50 градусов по Цельсию. Такой финансовый инструмент, как фьючерс на погоду, позволяет урегулировать расходы и доходы, а точнее минимизировать возможные убытки. При рациональном применении с его помощью можно защитить организацию от резкого падения спроса на ее товары или услуги из-за непредсказуемого изменения климатической нормы. Выплаченными дивидендами фирма сможет обезопасить себя от банкротства и свободно конкурировать с другими предприятиями. Идея, создания финансового инструмента, способ-

ного обезопасить крупные корпорации от негативного влияния погоды, возникла на финансовых рынках США. В 1999 году в Чикаго была совершена первая сделка, объектом которой выступал фьючерс на погоду [5]. Сейчас для стран Европы такие финансовые операции не являются новшеством, чего нельзя сказать о России. Такой рынок для нашей страны является еще непознанным, но перспективным.

Вообще фьючерс на погоду является производным финансовым инструментом, выплаты по которому зависят от климатических условий в определенном регионе. Базой для расчета данного дериватива служит специальный погодный индекс. Этот индекс бывает 2 видов: индекс подогрева (HDD) и охлаждения (CDD) [2, с. 15]. Затем определяется климатическая норма или граница, ниже которой люди начинают мерзнуть, или выше которой им становится жарко. Например, в США базовым значением принято считать 18 градусов Цельсия [5]. Такой числовой эквивалент обычно используют компании, занимающиеся теплоснабжением домов. Погодный индекс рассчитывается путем определения разности между базовым значением в регионе на данный период и реальной температурой установившейся на конкретно рассчитанный день. Например, если в течение дня был зафиксирован средний уровень температуры воздуха 16 градусов по Цельсию, то этот день будет обозначен как 2 HDD (т.е. $18 - 16 = 2$). А если средняя температура дня составила 24 градуса по Цельсию, то в расчеты будет внесено 6 CDD. При истечении фьючерсного контракта количество HDD и CDD подсчитывается, и на основании полученной разницы происходит денежная выплата покупателям либо продавцам контракта. Приведем пример. Компания по теплоснабжению хочет снизить свои риски в случае теплой зимы. Поэтому руководство организации, проанализировав данные гидрометцентра России знает, что в феврале ожидается оттепель и средняя температура будет выше нормы на 5 градусов, следовательно, рассчитав индекс подогрева компания решает в конце января продать фьючерсы по 600 HDD. И если в случае правильного прогноза, февраль действительно был теплым, то фактический HDD можно будет выкупить по 580 единиц. Таким образом, продав фьючерс в январе по 600 HDD, компания получит прибыль в $600 - 580 = 20$ HDD, выкупив фьючерс по 580 HDD. В условиях контракта каждый пункт индекса подогрева должен принять ценовое значение, например 1HDD это 1000 руб., значит, компания получит прибыль в 20000 руб. и застрахует себя от рисков связанных со снижением уровня потребления тепла частными лицами. Идентично происходит хеджирование рисков и в других отраслях (табл. 1).

На сегодняшний момент на рынках финансовых деривативов США имеются не только фьючерсы на погоду, но и более экзотичные инструменты – фьючерсы на осадки и ветер, количество выпавшего снега и даже атмосферное давление, также используются опционы и свопы. Для России было бы достаточным хотя бы заключение фьючерсных контрактов на погоду. Еще в 2006 году появились первые надежды на развития погодных фьючерсов в нашей стране [4]. Но запуск проекта был отложен на неопределенный срок. Прежде всего, этому помешало отсутствие необходимой инфраструктуры для проведения измерения по погодным фьючерсам. Хотя выходом, являлся бы ввод этих

Таблица 1 – Потенциальные клиенты использования погодных фьючерсов в различных отраслях

Отрасль	Суть риска
Сельское хозяйство	Потеря урожая в случае чрезвычайных ситуаций или аномальных температур
Строительство	Задержка работ, связанных с непригодными погодными условиями
Туризм	Снижение температуры на южных курортах и повышение на северных повлечет за собой снижение общего числа туристов
Пищевая промышленность	Низкий уровень продаж мороженого или напитков из-за аномально холодной погоды летом
Воздушный транспорт	Задержки рейсов из-за «проснувшихся» вулканов или других негативных природных катаклизмов

финансовых инструментов сначала в столичный регион, а затем уже присоединение других областей. Конечно, отсутствие опыта в работе с такими деривативами тоже является сдерживающим фактором, но ведь проще перенять опыт у США и адаптировать к российским условиям, чем придумать собственное функционирование погодных фьючерсов на биржах. Но на самом деле, проблема состоит в несовершенстве Налогового законодательства России, в котором пока не разработан налоговый вычет от операций по погодным фьючерсам и недостаточно точной работе гидрометцентра России при составлении прогнозов более одного месяца. Еще во внимание стоит принять тот факт, что введение обязательного страхования в некоторых отраслях экономики (например, сельское хозяйство), сократит спрос на погодные фьючерсы. Ведь существует различие между страхованием и хеджированием погодных фьючерсов. Хотя по смыслу эти два слова и являются похожими, но механизм их действия отличен друг от друга. Страхование осуществляется обычно на один год, а хеджирование производится на гибкий срок, что позволяет не переплачивать за лишние месяцы. Страхование позволяет защититься от крупных убытков, а хеджирование даже от малейших изменений, например, увеличения температуры на 1 градус. Но помощь государства можно ожидать только при страховании, а при хеджировании она отсутствует. Таким образом, видим, что принцип действия этих механизмов разный, но, это не значит, что они должны вытеснить друг друга на рынке, скорее, наоборот, они дополняют друг друга.

В заключении, отметим, что рынок погодных фьючерсов в России имеет большие перспективы. Чтобы этот инструмент как можно быстрее проник на финансовый рынок страны, надо устранить проблемы и несовершенства законодательства и увеличить доверие со стороны предприятий к работе гидрометцентра. Конечно, достоверность измерений погоды в нашей стране еще далека от идеала, но определенные успехи уже существуют. Также важно, увеличить осведомленность в использовании такого финансового инструмента, как погодный фьючерс, у потенциально «погодозависимых» корпораций и компаний. Для этого данную тему стоит больше популяризировать в СМИ и на телевиде-

нии. И чем быстрее начнется этот процесс, чем скорее будут созданы первые шаги во внедрении и дальнейшем развитии фьючерсов на погоду, тем скорее погодные риски и вызванная ими экономическая нестабильность отечественных предприятий ликвидируется. А возможность убыточности ведения бизнеса сократиться в разы.

Список литературы:

1. Буренин А.Н. Фьючерсные, форвардные и опционные рынки: учебник. – М.: НТО им. академика С.И. Вавилова, 2011. – 339 с.
2. Корнилов И. РЦБ // Погодные фьючерсы. – 2008. – №7. – С. 14-17.
3. Рудько-Селиванов В.В, Мостовой В.В., Белокреницкий С.В. Погодные деривативы – перспективный продукт хеджирования рисков // Деньги и кредит. – 2007. – №5. – С. 28-32.
4. Придут ли погодные фьючерсы в Россию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://quote.rbc.ru/topnews/2013/06/05/33960159.html>.
5. Фьючерсы и биржи Чикаго [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forexpodcast.ru/about-project.html>.

Соколова Наталья Николаевна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: persik101@rambler.ru

Ильюшина Екатерина Владимировна

студентка 4 курса факультета управления

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: iljushina.cat@yandex.ru

Федосеева Ирина Сергеевна

студентка 2 курса магистратуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: persik101@rambler.ru

УДК 351.72:336.711.2

Е.И. Мосина

**НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЭМИССИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРЕДИТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ
НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ**

Развитие рыночной экономики в России предполагает создание и становление рынка ценных бумаг. Одним из ведущих его секторов является рынок ценных бумаг, выпущенных коммерческими банками. В статье рассмотрены виды деятельности кредитных организаций на рынке ценных бумаг и эмисси-

онные операции с ценными бумагами как инструмент формирования банковских пассивов.

Ключевые слова: банковская система, эмиссия ценных бумаг, фондовый рынок, кредитные учреждения, эмитенты, эмиссионная деятельность.

В зависимости от национального законодательства той или иной страны, исторических традиций и особенностей формирования национальных фондовых рынков банки могут играть на них различную роль.

Основная теоретическая и практическая проблема здесь состоит в том, как отделить риски, свойственные обычным «классическим» банковским операциям (депозитно-ссудным и расчётным), от рисков, возникающих в связи с участием банков на фондовом рынке.

Мировая практика знает два подхода к проблеме сочетания обычной банковской деятельности с деятельностью на рынке ценных бумаг.

Согласно одному из подходов, банкам должно быть запрещено заниматься некоторыми видами профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг (брокерской, дилерской, организатора рынка), а также должны быть существенно ограничены отдельные виды непрофессиональной деятельности в качестве инвесторов (вложения в негосударственные ценные бумаги, кроме дочерних банковских и финансовых компаний).

Этот подход применялся в США, где разделение универсальных банков на коммерческие и инвестиционные на рубеже 30-х годов XX в. было введено как протест на волну массовых банкротств банков. В результате экономического кризиса система рынка ценных бумаг и банковская система США были настолько разрушены, что пришлось фактически заново перестраивать систему государственного регулирования финансового рынка (как рынка ценных бумаг, так и банковской системы). На этом фоне концепция разделения банков на коммерческие и инвестиционные была легко принята и в течение нескольких десятилетий успешно решала поставленную перед ней задачу – защиту средств массовых вкладчиков от рисков, свойственных инвестициям в ценные бумаги.

В течение последнего десятилетия в США наблюдалось «размывание» границ между инвестиционными и коммерческими банками путём принятия постепенных поправок в законодательство, расширяющих компетенцию коммерческих банков, а также путём внедрения новых видов банковских операций (особенно с производными финансовыми инструментами), которые прямо не подпадают под существующие ограничения.

Второй подход представляет собой разрешение банкам сочетать обычные банковские операции с большинством операций на рынке ценных бумаг (как профессиональных, так и непрофессиональных). Согласно этому подходу, преобладающему в европейских странах, ограничение риска банковских инвестиционных операций должно осуществляться не прямым разделением функций, а путём введения специальных ограничителей, дестимулирующих чрезмерные инвестиции банков в ценные бумаги, путём надлежащего государственного

контроля за банковской деятельностью, а также повышенного внимания к проблеме конфликта интересов при операциях на финансовых рынках.

В наиболее завершённом виде этот подход преобладает в Германии, где по законодательству исключительно банковские организации имеют право на основании специальной лицензии работать с финансовыми средствами клиентов как в области «классических» банковских операций, так и в области инвестиционной деятельности и обслуживания такой деятельности (например, в качестве депозитариев).

С момента возрождения современной российской банковской системы (конец 80-х – начало 90-х годов) законодательство придерживалось второго подхода – универсальности банков. Возрастанию роли коммерческих банков на фондовом рынке способствовал не только благоприятный законодательный режим, но и ряд объективных экономических факторов.

Во-первых, высокая доходность традиционно банковских операций позволяет банкам отвлекать значительные финансовые ресурсы не только на освоение новых видов банковских услуг, но и на финансирование проектов, направленных на формирование инфраструктуры рынка ценных бумаг.

Во-вторых, созданный банками организационно-технический и кадровый потенциал, широкая сеть клиентуры делают их наиболее мобильными участниками рынка ценных бумаг.

В-третьих, накопленный многими банками положительный опыт собственной эмиссионной деятельности, купли-продажи фондовых ценностей, безусловно, усиливает их влияние на фондовом рынке.

Коммерческие банки в России могут выполнять все виды деятельности и все виды операций на рынке ценных бумаг, разрешённые действующим законодательством. Выступать в роли эмитентов и институциональных инвесторов, осуществлять брокерскую и дилерскую деятельность, управлять инвестициями и фондами, проводить расчётное и клиринговое обслуживание участников рынка ценных бумаг, организовывать депозитарное обслуживание, предлагать консалтинговые услуги и т.п.

Таким образом, правовой статус банков позволяет им соединять в себе функции всех трёх основных субъектов фондового рынка: эмитента, владельца ценных бумаг и профессионального участника.

Современное состояние дел на российском фондовом рынке позволяет предположить, что в обозримом будущем банки будут занимать лидирующее место как среди эмитентов и институциональных инвесторов, так и среди профессиональных участников рынка ценных бумаг. Сегодня это подтверждает сформировавшаяся институциональная рыночная инфраструктура, в которой коммерческие банки значительно превосходят всех остальных финансовых посредников.

Кроме того, структура российского фондового рынка будет развиваться в дальнейшем за счёт того, что именно банки будут предоставлять массовым клиентам и другим профессиональным торговцам услуги в области депозитарной, расчётно-денежной и клиринговой деятельности.

Переориентация банков с традиционных видов операций и услуг в область деятельности в сфере рынка ценных бумаг обусловлена сегодня рядом причин.

Во-первых, сокращена процентная маржа при проведении депозитных и кредитных операций. Рынок больше не предоставляет своим участникам возможности заработать на разнице между стоимостью привлечения и размещения ресурсов. В значительной мере это связано с наметившейся после финансового кризиса стабилизацией экономики и, как следствие, некоторым снижением финансовых рисков и процентных доходов, связанных с ними.

Во-вторых, важную роль играет конкуренция на рынке традиционных банковских услуг. В данной сфере деятельности принципиально новых финансовых продуктов и услуг не создается уже давно – они являются своего рода калькой более совершенного опыта зарубежных банков, изменяется лишь форма подачи услуги клиенту и повышается технологичность процесса. Смещение акцентов в сторону комиссионных, непроцентных доходов в бизнесе коммерческих банков заставляет прикладывать множество усилий, для того чтобы сохранить необходимую прибыльность, привлечь нового и удержать старого клиента, что не просто.

В-третьих, наметился стабильный платежеспособный спрос на инвестиционные услуги со стороны банковских клиентов, которых уже не устраивает размещение свободных денежных средств только в форме депозитов или которые предпочитают привлекать средства под свои проекты не в виде банковских кредитов, а в виде акций или облигаций, т. е. эмитируя ценные бумаги. В то же время сегодня предложение инвестиционных услуг на рынке невелико, поскольку в своем большинстве банки еще не готовы к их популяризации.

Понятно, что сложившаяся на фондовом рынке ситуация не позволяет однозначно определить статус российских банков, который существенно отличается и от американских, и от европейских кредитных учреждений.

В условиях нынешнего российского фондового рынка, когда банки занимают лидирующие позиции среди профессиональных участников, а их сотрудники имеют практически ничем не ограниченный доступ к информации о совершаемых сделках и состоянии депо-счетов клиентов, в отечественном законодательстве отсутствуют какие бы то ни было установления, ограничивающие деятельность сотрудников кредитных организаций на рынке ценных бумаг. Безусловно, что по мере развития фондового рынка вопрос о введении специальных правил поведения на фондовом рынке для специалистов соответствующих отделов банков, а также для сотрудников иных профессиональных участников рынка ценных бумаг, вне их сферы профессиональной деятельности, требует своего решения. Таким образом, возникает вероятность использования зарубежного законодательного опыта, в том числе германского.

Эмиссионная деятельность кредитных организаций на рынке ценных бумаг регулируется как общефедеральными законами, такими как Закон «О рынке ценных бумаг» №39-ФЗ от 22 апреля 1996 г., Закон «Об акционерных обществах» №208-ФЗ от 26 декабря 1995 г., так и ведомственными нормативными

актами ЦБ РФ, в частности, Инструкцией ЦБР от 10 марта 2006 г. №128-И «О правилах выпуска и регистрации ценных бумаг кредитными организациями на территории Российской Федерации».

Данная инструкция устанавливает порядок регистрации и особенности осуществления эмиссии ценных бумаг кредитными организациями (акции, облигации и иные эмиссионные ценные бумаги). Инструкцией определено, что Государственной регистрации подлежат все выпуски ценных бумаг независимо от величины выпуска и количества инвесторов. Выпуски ценных бумаг кредитных организаций подлежат государственной регистрации в регистрирующих органах, которыми являются Департамент лицензирования деятельности и финансового оздоровления кредитных организаций Банка России и территориальные учреждения Банка России (Главные управления, Национальные банки).

В Департаменте лицензирования деятельности и финансового оздоровления кредитных организаций Банка России регистрируются:

- выпуски акций кредитных организаций с уставным капиталом 1000 млн. рублей и более (включая в расчет предполагаемые итоги выпуска) или с долей иностранного участия (в т.ч. физических и юридических лиц из стран СНГ) – свыше 50%;
- выпуски облигаций кредитных организаций на сумму 1000 млн. рублей и выше;
- выпуски ценных бумаг при реорганизации кредитных организаций;
- выпуски опционов кредитных организаций.

Остальные выпуски ценных бумаг кредитных организаций регистрируются в территориальных учреждениях Банка России.

Кредитная организация может выпускать ценные бумаги именные и на предъявителя. Именные ценные бумаги кредитной организации могут выпускаться только в бездокументарной форме. Ценные бумаги кредитной организации на предъявителя могут выпускаться только в документарной форме.

Кредитная организация, созданная в форме акционерного общества, формирует свой уставный капитал из номинальной стоимости акций, приобретенных акционерами. Кредитные организации-эмитенты вправе выпускать только именные акции. Акции выпускаются в случаях учреждения и реорганизации кредитной организации в форме акционерного общества, при изменении уставного капитала, при консолидации и дроблении акций.

Кредитная организация вправе выпускать также облигации и собственные опционы.

Процедура эмиссии ценных бумаг кредитной организации, если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации, включает следующие этапы:

- 1) принятие решения о размещении ценных бумаг;
- 2) утверждение решения о выпуске (дополнительном выпуске) ценных бумаг;
- 3) государственную регистрацию выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг;

4) размещение ценных бумаг;

5) государственную регистрацию отчета об итогах выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг или представление в регистрирующий орган уведомления об итогах выпуска облигаций.

Государственная регистрация выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг кредитной организации-эмитента сопровождается регистрацией их проспекта в случае размещения ценных бумаг путем открытой подписки или путем закрытой подписки среди круга лиц, число которых превышает 500. В иных случаях государственная регистрация выпуска ценных бумаг может сопровождаться регистрацией проспекта ценных бумаг по усмотрению кредитной организации-эмитента, при этом каждый этап процедуры эмиссии ценных бумаг кредитной организации-эмитента сопровождается раскрытием информации.

Если выпуск ценных бумаг осуществляется в документарной форме, вместе с решением о выпуске ценных бумаг в регистрирующий орган необходимо представить описание (образец) сертификата, содержащее следующие обязательные реквизиты:

- полное наименование кредитной организации-эмитента, ее место нахождения и почтовый адрес;
- вид, категорию (тип) ценных бумаг;
- государственный регистрационный номер выпуска ценных бумаг и дату государственной регистрации;
- права владельца, закрепленные ценной бумагой;
- условия исполнения обязательств лицом, предоставившим обеспечение, и сведения об этом лице в случае выпуска облигаций с обеспечением;
- указание количества ценных бумаг, удостоверенных данным сертификатом;
- указание общего количества ценных бумаг в данном выпуске ценных бумаг;
- указание о том, подлежат ли ценные бумаги обязательному централизованному хранению, и, если подлежат, – наименование депозитария, осуществляющего их централизованное хранение;
- указание на то, что ценные бумаги являются эмиссионными ценными бумагами на предъявителя;
- подпись лица, осуществляющего функции исполнительного органа кредитной организации - эмитента и печать кредитной организации;
- подпись лица, предоставившего обеспечение (при эмиссии облигаций с обеспечением, предоставляемым третьими лицами);
- другие реквизиты, предусмотренные законодательством.

Для регистрации выпуска своих ценных бумаг кредитная организация-эмитент представляет в регистрирующий орган следующие документы:

- заявление на государственную регистрацию выпуска (дополнительного

выпуска) ценных бумаг;

- опись документов, представляемых в регистрирующий орган;
 - анкету кредитной организации-эмитента;
 - решение о выпуске (дополнительном выпуске) ценных бумаг;
 - описание (образец) сертификата (при документарной форме выпуска);
- проспект ценных бумаг; меморандум (в случае представления проспекта ценных бумаг, подписанного финансовым консультантом на рынке ценных бумаг);
- копии бухгалтерской отчетности кредитной организации-эмитента за последний заверченный финансовый год и за последний квартал, предшествующий дате утверждения решения о выпуске ценных бумаг (если регистрация выпуска не сопровождается регистрацией проспекта ценных бумаг);
 - копию платежного поручения об уплате налога на операции с ценными бумагами;
 - протокол или выписку из протокола собрания уполномоченного органа кредитной организации, подтверждающую принятие решения о размещении ценных бумаг;
 - протокол или выписку из протокола заседания совета директоров кредитной организации, подтверждающую принятие решения об утверждении решения о выпуске ценных бумаг;
 - протокол или выписку из протокола заседания совета директоров кредитной организации, подтверждающую принятие решения об утверждении проспекта ценных бумаг (если регистрация выпуска сопровождается регистрацией проспекта ценных бумаг);
 - выписку из протокола общего собрания акционеров об утверждении аудитора кредитной организации-эмитента;
 - выписку из протокола заседания совета директоров (наблюдательного совета) кредитной организации-эмитента, на котором было принято решение об определении цены размещения ценных бумаг (при размещении ценных бумаг посредством подписки);
 - документ, подтверждающий привлечение государственного финансового контрольного органа для определения цены размещения ценных бумаг (если акционером кредитной организации-эмитента являются государство и (или) муниципальное образование, владеющее более 2% ее голосующих акций);
 - копии договора о ведении реестра владельцев именных ценных бумаг, заключенного кредитной организацией-эмитентом с регистратором, или документ, подтверждающий обстоятельства, освобождающие кредитную организацию-эмитент от заключения такого договора.

При регистрации выпуска акций в регистрирующий орган дополнительно должны быть представлены:

- документ, подтверждающий согласование данного выпуска с Министерством Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке

предпринимательства или его территориальным органом;

- копию устава кредитной организации-эмитента со всеми зарегистрированными изменениями и дополнениями;

- копия договора о создании кредитной организации-эмитента или решения об учреждении кредитной организации-эмитента (если учредителем является одно лицо);

- документ, отражающий расчет собственного капитала и размер резервного фонда, а также выписки со счетов по учету имущества (собственных средств) кредитной организации-эмитента по данным отчетности за последний заверченный отчетный период, подписанный главным бухгалтером или лицом, его замещающим (при увеличении уставного капитала за счет имущества кредитной организации-эмитента);

- документ, подтверждающий уведомление кредиторов об уменьшении уставного капитала кредитной организации-эмитента (при выпуске акций с целью уменьшения уставного капитала путем уменьшения номинальной стоимости акций, требующем уведомления кредиторов).

При регистрации выпуска облигаций в регистрирующий орган дополнительно должны быть представлены:

- копии договоров или других необходимых документов, подтверждающих, что данный выпуск облигаций обеспечен третьими лицами;

- документы, подтверждающие рыночную стоимость имущества, если в обеспечение исполнения обязательств выпуска облигаций предоставляется имущество, а в остальных случаях – бухгалтерская отчетность третьего лица (лиц), предоставившего (их) обеспечение по облигациям выпуска;

- копия договора, заключенного кредитной организацией-эмитентом и организацией, принимающей на себя обязательство по централизованному хранению сертификатов облигаций.

В случае регистрации проспекта ценных бумаг кредитная организация-эмитент обязана обеспечить доступ к информации, содержащейся в проспекте ценных бумаг, любым заинтересованным в этом лицам независимо от целей получения этой информации.

В случае размещения ценных бумаг путем открытой подписки, кредитная организация-эмитент обязана опубликовать сообщение о государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) ценных бумаг в печатном органе массовой информации, распространяемом тиражом не менее 10 тысяч экземпляров.

В случае размещения ценных бумаг путем закрытой подписки, сопровождающейся регистрацией проспекта ценных бумаг, кредитная организация обязана опубликовать сообщение о государственной регистрации выпуска ценных бумаг в печатном органе массовой информации, распространяемом тиражом не менее 1 тысячи экземпляров.

После завершения размещения ценных бумаг не позднее 30 календарных дней кредитная организация-эмитент обязана представить в регистрирующий

орган отчет об итогах выпуска ценных бумаг или уведомление об итогах выпуска облигаций.

Список литературы:

1. Егорова Т.Н., Шманёв С.В. Дисфункция механизма привлечения инвестиций в инновационную деятельность промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. 2013. – №3 (25). – С. 49-54.
2. Захарова Т.В. Процессы и механизмы концентрации капитала в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №3 (5). – С. 53-57.
3. О рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 22.04.1996 №39-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/>.
4. О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 5.03.99. №46-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/>.
5. Паршутин И.Г. Национально-государственные экономические системы: институциональный аспект глобализации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №1 (11). – С. 21-24.
6. Стратегия развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2008 г. №2043-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/>.
7. Чернова Г.В., Терехов В.Н. Выпуск ценных бумаг коммерческим банком: учебное пособие. – СПб.: Сентябрь, 2011. – 112 с.

Мосина Екатерина Игоревна

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: caterinamosina@yandex.ru

УДК 336.717:004.78

О.Н. Моталкина

**ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА**

Настоящая статья посвящена рассмотрению основных характеристик эффективности интернет-банкинга, как одного из видов дистанционного банковского обслуживания, который приобретает все большую популярность среди российских и зарубежных банков.

Ключевые слова: всемирная сеть, интернет-банкинг, система банковского обслуживания.

Понятие «интернет-банкинг» включает в себя предоставление ряда банковских услуг юридическим и физическим лицам посредством интернета в режиме круглосуточного доступа.

Изобретение интернета в 1994 году стало началом новой информационной эры. Стремительное использование всемирной сети сначала в качестве средства распространения рекламы, затем как источник информации, привело к заинтересованности банковских структур в использовании нового канала передачи информации для продвижения своих услуг. Первым банком, внедрившим интернет-банкинг в свою деятельность, стал Security First Network Bank (США) в 1995 году. В России пионерами в данной области стали «Гута-банк» (1997 г.) и «Автобанк» (1998 г.).

В настоящее время система интернет-банкинга предоставляет широкий спектр услуг: доступ к счетам и их управление, различные автоматические платежи в режиме on-line, перевод денежных средств, запрос информации о транзакциях и др., так что она может вполне в равной степени использоваться наряду с традиционной системой обслуживания клиентов «Банк-Клиент». Интернет-банкинг становится весомым преимуществом при определении общей стратегии развития банка в условиях постоянной конкуренции, которая заключается как в сохранении существующей клиентской базы, так и привлечении новых клиентов.

По географическому показателю интернет-банкинг выигрывает у традиционных банков, поскольку обеспечивает расширение контактов, даже не имея офиса в том или ином населенном пункте. Единственным условием является доступ к сети интернета для осуществления банковской деятельности. Кроме того мобильность online-банкинга заключается в возможности совершать операции с любого компьютера без установки дополнительного программного обеспечения.

С экономической точки зрения, издержки на обслуживание клиентов, предоставляя услуги через интернет, значительно ниже по сравнению с обеспечением стационарных отделений банка. Сокращая таким образом затраты, у банка появляются «свободные» средства, которые можно направить на совершенствование имеющихся и разработку новых услуг. Благодаря экономичному интернет-обслуживанию банк может предлагать выгодные условия (более высокий процент по вкладам, более выгодный курс обмена валют, более низкие ставки по кредитованию и др.), что способствует привлечению новых клиентов.

В современном обществе время ценится на вес золота, именно поэтому оперативность проведения операций дает особое преимущество е-банкингу. Клиенты имеют возможность управлять счетами в режиме 24 часа, отслеживать операции с пластиковыми картами, могут осуществлять денежные переводы и любые online платежи без задержек или открыть счет без личного присутствия в офисе банка. Быстродействие системы будет зависеть от технических параметров программного обеспечения и автоматизированной банковской системы. Немаловажным фактором является удобство использования системы, которое включает в себя простоту и понятность настроек программного обеспечения, а

также приемов выполнения операций в системе для получения различных банковских услуг любым клиентом вне зависимости от его компьютерных навыков. Интернет-банкинг тесно связан с другими видами дистанционного банковского обслуживания такими как, call-центрами, war-банкингом, sms-банкингом, а также с пластиковыми картами, причем данные виды удаленного обслуживания не конкурируют между собой, а, наоборот, дополняют друг друга, предоставляя клиентам, таким образом, многоканальность доступа к собственным банковским счетам. Так, например, интернет- и sms-банкинги часто используются совместно: после выполнения операции, банк отправляет sms-уведомление на мобильный телефон клиента, тем самым подтверждая проведение операции.

В начале 2014 года было проведено очередное исследование эффективности российских сервисов интернет-банкинга физических лиц (Internet Banking Rank) по двум основным параметрам:

1. Функциональность – возможности управления собственными финансами клиента,
2. Удобство пользования – простота и понятность совершения операций в интернет-банке.

В исследовании приняло участие 32 российских интернет-банка.

По результатам проведенного исследования рейтинг эффективности интернет-банков для физических лиц представлен в таблице 1 [3]:

Таблица 1 – Рейтинг эффективности интернет-банков

Позиция в рейтинге	Интернет-банк	Баллы
1	2	3
1	ТКС Банк	76 (AAA /3,7)
2	Московский Кредитный Банк	68 (A+ /3,8)
3	Промсвязьбанк	67 (AA+ /3,3)
4	Связной Банк	66 (A+ /3,7)
5	Альфа-Банк	62 (BBB+ /3,8)
6	Пробизнесбанк (ФГ Лайф)	61 (AA /3,1)
7	Банк Санкт-Петербург	59 (AA /2,9)
8	Банк24.ру	58 (A+ /3,1)
9	Уральский Банк Реконструкции и Развития	55 (A /3,1)
10	Сбербанк России	54 (BBB+ /3,3)
11	Московский Индустриальный Банк	53 (A+ /2,7)
12	ВТБ24	50 (BBB+ /3)
13	Русский Стандарт	49 (BB+ /3,3)
14	ХоумКредит Банк	48 (BB+ /3,2)
15-16	Восточный Банк	47 (BB /3,3)
15-16	Банк Уралсиб	47 (BB /3,3)
17	МДМ Банк	46 (BB+ /3,1)
18-19	МТС Банк	45 (BBB+ /2,6)
18-19	Открытие	45 (BB /3,2)
20	Номос-Банк	44 (BB+ /3)
21	ОТП Банк	43 (BB+ /2,9)

Продолжение таблицы 1

1	2	3
22-23	Запсибкомбанк	40 (BB /2,9)
22-23	ЮниКредит Банк	40 (BB /2,9)
24	Банк Возрождение	39 (BB /2,8)
25-26	Банк Москвы	37 (BB /2,7)
25-26	Райффайзенбанк	37 (BB /2,7)
27	Траст	35 (BB /2,6)
28	Росбанк	34 (BB /2,5)
29	Ханты-Мансийский Банк	33 (BB+ /2,2)
30	СКБ-Банк	31 (BB /2,3)
31	Газпромбанк	29 (BB /2,2)
32	Ренессанс Кредит	24 (B /2,2)

Удобство пользования оценивалось по пятибалльной системе, а оценка функциональности варьировалась от С до А. По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1. Все большее количество банков внедряет в свою систему использование интернет-банкинга, рассматривая данный канал, как источник дополнительного дохода;

2. Низкий показатель использования е-банкинга связан с психологической составляющей взаимоотношений банк-клиент. Привычность использования традиционных способов обслуживания и неуверенность в безопасности сетевых операций остаются главными препятствиями в развитии online-банкинга, поскольку у большинства пользователей интернет не ассоциируется с безопасным хранилищем своих денежных средств. Слабая информированность населения о возможностях дистанционного банковского обслуживания, недостаточный уровень использования новейших технологий российским обществом также являются причинами замедленного темпа развития интернет-банкинга по сравнению с западными странами, где использование ДБО носит массовых характер.

В настоящее время в России активно развивается система банковских услуг через интернет, но пока этот процесс находится на начальной стадии. Банки не только должны приобрести необходимое программное обеспечение, но и способствовать повышению квалификации своих сотрудников для предоставления более качественных услуг населению. Это требует определенных затрат, но осознание экономического эффекта от внедрения систем дистанционного обслуживания клиентов приведет к реальному увеличению прибыли через какое-то время. Вопрос заключается в следующем: готовы ли банки идти в ногу со временем и быть конкурентоспособными или предпочитают упускать потенциальных клиентов, не понимая истинных причин происходящего.

Список литературы:

1. Рудакова О.С. Банковские электронные услуги: учебное пособие для вузов по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и

кредит». – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2011. – 400 с.

2. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски: учебно-практическое пособие / Ю.Н. Юденков и др. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 320 с.

3. Internet Banking Rank 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/internet-banking-rank/> (дата обращения 27.04.2014).

Моталкина Ольга Николаевна

студентка 1 курса магистратуры

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: motalkina@yandex.ru

Научный руководитель

Музалевская Алла Анатольевна

к.п.н., доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: maa_orel@mail.ru

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330.322:332(470.319)

Н.И. Лыгина, О.В. Рудакова

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Мировой опыт экономического развития показывает, что в основе повышения конкурентоспособности и темпов экономического роста как на государственном, так и региональном уровне находится рост инвестиционный. Учитывая территориальные размеры России, разнообразие экономического положения ее регионов и их конкурентных преимуществ, основная работа по привлечению инвестиций, на наш взгляд, должна осуществляться именно на региональном уровне и в соответствии с региональными приоритетами.

Ключевые слова: инвестиции, регион, инвестиционный риск, инвестиционный потенциал, инвестиционный рейтинг.

Мировой опыт экономического развития показывает, что в основе повышения конкурентоспособности и темпов экономического роста как на государственном, так и региональном уровне находится рост инвестиционный. Так, например, большинство стран, совершивших в последние десятилетия рывок в своем развитии, пошли путем изменения структуры своих экономик за счет инвестиционного роста. Осознание этого факта привело к тому, что в странах как с развитой, так и развивающейся экономикой привлечение инвестиций в экономику в национальном и региональных масштабах рассматривают как одну из приоритетных задач экономической политики. Вследствие этого на мировом рынке инвестиционных ресурсов страны ведут активную борьбу за привлечение инвестиционного капитала из-за рубежа.

Следует констатировать, что рост инвестиций в России пока неустойчив и во многом его источником является благоприятная конъюнктура мировых рынков. Российскую экономику отличает низкая конкурентоспособность и физическая изношенность производств, диспропорция топливно-сырьевых секторов при низкой доле высокотехнологичных предприятий, высокой доли убыточных фирм, слабая восприимчивость отечественных производств к инновациям. Кроме того, отмечается крайне неравномерное распределение инвестиционного роста по регионам страны.

Россия представляет собой государство с федеративным устройством, расположенное на территории более 17 млн км² и населением более 140 миллионов человек. На территории страны располагается 86 субъектов федерации, каждый из которых, в свою очередь, обладает абсолютно уникальной комбина-

цией факторов для экономического развития. Учитывая территориальные размеры России, разнообразие экономического положения ее регионов и их конкурентных преимуществ, основная работа по привлечению инвестиций, на наш взгляд, должна осуществляться именно на региональном уровне и в соответствии с региональными приоритетами.

Привлечение иностранного капитала играет особую роль как для экономики страны, так и для экономики ее регионов. Иностранные инвестиции представляют собой не только дополнительный источник финансирования отечественных предприятий, но выступают способом внедрения передовых технологий, современного менеджмента, новых форм организации производства.

Следует констатировать, что реальный объем иностранных инвестиций, привлеченных в экономику России, в сравнении с другими странами и исходя из существующих потребностей отечественной экономики, крайне низок, а тенденция к его росту не прослеживается. Требуемый размер иностранных инвестиций в экономику России и ее регионов будет получен только в том случае, когда будут удовлетворены интересы потенциальных инвесторов и улучшена инвестиционная привлекательность.

Инвестиционная привлекательность региона в рейтинге Национального рейтингового агентства (НРА) определяется как совокупность факторов, влияющих на целесообразность, эффективность и уровень рисков инвестиционных вложений на территории данного региона. Эти факторы являются определяющими при принятии решений о реализации на территории региона инвестиционных проектов, поскольку определяют их риск и доходность. В рейтинге инвестиционной привлекательности регионов НРА рассматриваются семь факторов [8]:

1. Обеспеченность региона природными ресурсами (наличие в регионе основных видов природных ресурсов) и качество окружающей среды в регионе (уровень загрязнения окружающей среды, возможности переработки отходов производства).

2. Трудовые ресурсы региона (численность экономически активного населения, уровень занятости и безработицы, производительность труда и прочие показатели трудовых ресурсов).

3. Региональная инфраструктура (уровень развития и доступности транспортной, энергетической, телекоммуникационной, жилищной и финансовой инфраструктуры).

4. Внутренний рынок региона (масштаб сектора розничной торговли, а также платных услуг, располагаемые доходы населения, его покупательная способность).

5. Производственный потенциал региона (объем и динамика производства, размер активов, их качество и эффективность их использования).

6. Институциональная среда региона и его социально-политическая стабильность (эффективность регионального законодательства, регулирующего взаимодействие власти и инвесторов, состояние налогового законодательства в области инвестиционной деятельности, уровень социальной и криминальной

напряженности в регионе).

7. Финансовая устойчивость регионального бюджета и предприятий региона (сумма налоговых поступлений, сбалансированность бюджета, региональный государственный долг, прибыльность/убыточность предприятий региона, размер их кредиторской и дебиторской задолженности, имеющиеся инвестиционные ресурсы).

Для оценки названных факторов инвестиционной привлекательности региона специалистами НРА был составлен набор из 53 показателей (прокси-переменных). Показатели, используемые в методике НРА для оценки факторов инвестиционной привлекательности региона, можно разделить на три группы. Первую группу составляют статистические показатели, традиционно используемые для оценки инвестиционной привлекательности регионов. Их источниками являются Росстат, Банк России, Министерство финансов РФ и прочие министерства и ведомства страны. Вторая группа показателей формируется на основе итогов опросов предпринимательского сообщества. В этих опросах принимают участие руководители организаций из всех регионов России. Третья группа показателей – это экспертные оценки. В методике НРА экспертные мнения используются для оценки качества институциональной среды и уровня социально-политической стабильности.

Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России в 2013 г. представлен в таблице 1. Проведенное НРА исследование выявило две основные причины, позволяющие регионам быть привлекательными для инвесторов. Первой причиной является наличие у региона базовых преимуществ, обеспечивающих привлекательность для инвесторов. В числе таких преимуществ наличие богатых природных ресурсов, выгодное географическое положение, наличие столичного статуса. Второй причиной инвестиционной привлекательности региона является целенаправленная деятельность по созданию благоприятного инвестиционного климата в регионе.

Как следует из представленных в таблице 1 данных, Орловская область по результатам рейтинга оказалась в группе IC7. Следует отметить, что у всех регионов, получивших рейтинги IC7, IC8 и IC9, наблюдается весьма сложная ситуация с инвестиционной привлекательностью. Регионы названных групп находятся ниже среднероссийского уровня по большинству показателей, включенных в методику НРА. Невысокая инвестиционная привлекательность регионов групп IC7, IC8 и IC9 является результатом сочетания низкой обеспеченности природными ресурсами и структурных социально-экономических проблем.

Лидерами рассматриваемого рейтинга в 2013 г. стали Москва и Сахалинская область. Эти два региона вошли в группу IC1 (высокая инвестиционная привлекательность – первый уровень). Москва в очередной раз подтвердила свою роль центра экономической жизни страны. Столица является безусловным лидером по таким параметрам, как уровень развития инфраструктуры и объем внутреннего рынка, Москва также делит с Санкт-Петербургом первое место по объему и качеству трудовых ресурсов. Высокий же рейтинг Сахалинской области обусловлен, прежде всего, наличием богатых природных ресурсов.

Таблица 1 – Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России [10]

Группа IC1 (высокая инвестиционная привлекательность – первый уровень)	Москва; Сахалинская область; Белгородская область; Московская область; Республика Татарстан; Санкт-Петербург; Тюменская область
Группа IC3 (высокая инвестиционная привлекательность – третий уровень)	Калининградская область; Калужская область; Камчатский край; Краснодарский край; Ленинградская область; Магаданская область; Самарская область; Свердловская область; Томская область; Хабаровский край; Чукотский автономный округ
Группа IC4 (средняя инвестиционная привлекательность – первый уровень)	Амурская область; Архангельская область; Воронежская область; Красноярский край; Липецкая область; Нижегородская область; Новосибирская область; Оренбургская область; Пермский край; Приморский край; Республика Башкортостан; Республика Коми; Республика Саха (Якутия); Республика Хакасия; Ростовская область
Группа IC5 (средняя инвестиционная привлекательность – второй уровень)	Астраханская область; Владимирская область; Волгоградская область; Иркутская область; Кемеровская область; Курская область; Мурманская область; Новгородская область; Омская область; Республика Карелия; Саратовская область; Смоленская область; Ставропольский край; Тамбовская область; Тульская область; Удмуртская Республика; Ульяновская область; Челябинская область; Ярославская область
Группа IC6 (средняя инвестиционная привлекательность – третий уровень)	Вологодская область; Костромская область; Курганская область; Пензенская область; Республика Адыгея; Республика Дагестан; Республика Мордовия; Рязанская область; Тверская область; Чувашская Республика
Группа IC7 (умеренная инвестиционная привлекательность – первый уровень)	Алтайский край; Брянская область; Еврейская автономная область; Ивановская область; Орловская область; Псковская область; Республика Алтай; Республика Бурятия; Чеченская Республика
Группа IC8 (умеренная инвестиционная привлекательность – второй уровень)	Забайкальский край; Кабардино-Балкарская Республика; Кировская область; Республика Ингушетия; Республика Марий Эл; Республика Северная Осетия - Алания
Группа IC9 (умеренная инвестиционная привлекательность – третий уровень)	Карачаево-Черкесская Республика; Республика Калмыкия; Республика Тыва

Агентство «Эксперт РА» в рейтинге инвестиционной привлекательности российских регионов в качестве составляющих инвестиционного климата рассматривает две относительно самостоятельные характеристики: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск. Потенциал показывает, какую долю регион занимает на общероссийском рынке, риск – какими могут оказаться для инвестора масштабы тех или иных проблем в регионе [3]. И инвестиционный потенциал, и инвестиционный риск складываются из ряда частных показателей. Вклад каждого такого частного показателя в итоговый индикатор оценивается посредством опросов экспертов, представителей инвестиционного и банковского сообществ.

Инвестиционный потенциал учитывает основные макроэкономические

характеристики региона и складывается из восьми частных потенциалов, характеризующих, в свою очередь, целой группой показателей [7]:

- ресурсно-сырьевого, учитывающего обеспеченность региона запасами основных видов природных ресурсов;
- трудового, определяемого численностью трудовых ресурсов региона и их образовательным уровнем;
- производственного, представляющего общий результат хозяйственной деятельности в регионе;
- инновационного, определяемого уровнем развития науки в регионе и внедрения достижений ГНТП;
- институционального, зависящего от степени развития основных институтов рыночной экономики в регионе;
- инфраструктурного, обусловленного экономико-географическим положением региона и состоянием его инфраструктуры;
- финансового, зависящего от объема налоговой базы региона и прибыльности действующих в нем предприятий;
- потребительского, связанного с совокупной покупательной способностью населения региона;
- туристического, представляющего собой совокупность природных, историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории.

По результатам рейтинга 2013 г., худшее положение в Орловской области сложилось по природно-ресурсному потенциалу – 73 место. На этом месте регион находится уже последние три года. В числе худших Орловская область и по производственному потенциалу, если в 2009 г. она находилась на 59 месте в России, то в 2013 г. – на 62. Плохо характеризует регион и низкий потребительский потенциал, обусловленный низким уровнем жизни населения: если в 2009 г. Орловская область находилась на 60 месте по данному показателю, то в 2013 г. – на 62. Относительно хорошее положение у рассматриваемого региона только по инфраструктурному потенциалу: 26 место и в 2009 г., и в 2013 г. (табл. 2).

Таблица 2 – Орловская область в рейтинге инвестиционного потенциала регионов России в 2009-2013 гг. [7]

Год	Ранг потенциала	Ранг риска	Доля в общероссийском потенциале, %	Ранги составляющих инвестиционного потенциала								
				трудо-вой	потре-би-тель-ский	производ-ственный	финансо-вый	институ-циональ-	иннова-ционный	инфра-структур-	природно-ресурс-	туристи-ческий
2009	61	45	0,526	61	60	59	64	58	48	26	74	55
2010	63	42	0,531	62	67	65	63	57	42	17	74	60
2011	62	62	0,532	59	62	63	62	57	44	22	73	67
2012	63	49	0,504	58	63	64	63	57	58	24	73	65
2013	64	59	0,503	60	62	62	62	56	61	26	73	67

Следует отметить, что совокупный инвестиционный потенциал Орловской области в 2013 г. составил в среднем 0,5% общероссийского. По показателю инвестиционного потенциала позиции региона в течение анализируемого периода существенно не менялись: 61 место в 2009 г. и 64 место – в 2013 г. Топ-10 российских регионов по уровню инвестиционного потенциала представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Топ-10 российских регионов по инвестиционному потенциалу в 2013 г. [2]

Ранг по-тен-циа-ла	Регион (субъект федерации)	Доля в обще-россий-ском по-тенциа-ле, %	Ранги составляющих инвестиционного потенциала								
			трудо-вой	потре-битель-ский	произ-водствен-ный	финан-совый	инсти-туциональ-ный	инно-вацион-ный	инфра-структур-ный	природ-но-ресурс-ный	тури-стический
1	Москва	15,318	1	1	1	1	1	1	1	82	1
2	Московская область	6,075	2	2	2	2	3	2	3	49	3
3	Санкт-Петербург	5,465	3	3	3	3	2	3	2	83	4
4	Краснодар-ский край	2,680	4	5	7	5	4	20	5	27	2
5	Свердловская область	2,627	8	4	5	4	7	7	49	13	5
6	Республика Татарстан	2,517	5	6	6	6	5	5	20	40	6
7	Красноярский край	2,402	14	13	15	10	13	13	73	1	9
8	Нижегород-ская область	1,972	11	10	12	11	9	4	32	56	11
9	Самарская область	1,932	6	9	11	9	10	11	17	47	15
10	Республика Башкортостан	1,931	10	7	8	8	12	21	48	22	7
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
64	Орловская область		60	62	62	62	56	61	26	73	67

Величина инвестиционного риска показывает вероятность потери инвестиций и дохода от них. Как уже отмечалось, и инвестиционный потенциал, и инвестиционный риск складываются из ряда частных показателей. По методике агентства «Эксперт РА» рассчитываются 6 видов риска [7]:

- экономический, являющийся следствием основных тенденций экономического развития региона;
- финансовый, отражающий сбалансированность регионального бюд-

жета и финансов предприятий;

- социальный, определяемый уровнем социальной напряженности в регионе;
- экологический, обусловленный уровнем загрязнения окружающей среды;
- криминальный, зависящий от уровня преступности в регионе;
- управленческий, отражающий качество управления бюджетом и степень развитости системы управления.

По результатам рейтинга 2013 г., самый высокий уровень риска в Орловской области – криминальный (75 место). Следует отметить, что в 2009 г. по данному показателю регион занимал 55 место. Данный вид риска относится к одному из самых значимых факторов при принятии решения потенциальным инвестором, особенно иностранным. Относительно высок уровень управленческого риска (77 место в 2009 г. и 73 место в 2013 г.) и финансового (46 место в 2009 г. и 62 место – в 2013 г.). В числе лучших показателей находится уровень социального риска: 57 место в 2009 г. и 13 место в 2013 г. Экологическую обстановку также можно характеризовать как благоприятную: по уровню экологического риска Орловская область в 2009 г. заняла 18 место, а в 2013 г. – 16 место. В целом, если по рангу инвестиционного риска регион в 2009 г. находился на 45 месте, то в 2013 г. – на 59 месте (табл. 4).

Таблица 4 – Орловская область в рейтинге инвестиционных рисков регионов России в 2009-2013 гг. [7]

Годы	Ранг риска	Ранг потенциала	Средне-взвешенный индекс риска	Ранги составляющих инвестиционного риска					
				социальный	экономический	финансовый	криминальный	экологический	управленческий
2009	45	61	1,095	57	23	46	55	18	77
2010	42	63	1,058	44	50	53	61	14	74
2011	62	62	0,336	31	52	56	76	13	76
2012	49	63	0,298	9	53	57	69	13	62
2013	59	64	0,307	13	49	62	75	16	73

Топ-10 российских регионов по уровню инвестиционных рисков представлен в таблице 5. Как следует из представленных данных, на первом месте по уровню инвестиционных рисков находится Ленинградская область: самый высокий уровень риска у региона – экологический (46 место), а самый низкий – управленческий (2 место).

Анализ материалов инвестиционного рейтинга регионов России, опубликованных рейтинговым агентством «Эксперт РА» в 2013 г., показал, что Орловская область в 2013 г. вошла в число 11 регионов российских регионов, имеющих инвестиционный рейтинг 3В2: «незначительный потенциал – умеренный риск». Приведенные выше показатели наглядно свидетельствуют о необходимости преодоления Орловской областью конкурентного отставания в борьбе за привлечение инвестиционных ресурсов с ведущими регионами страны.

Таблица 5 – Топ-10 российских регионов по уровню инвестиционных рисков в 2013 г. [7]

Ранг риска	Регион (субъект федерации)	Средневзвешенный индекс риска	Ранги составляющих инвестиционного риска					
			социальный	экономический	финансовый	криминальный	экологический	управленческий
1	Ленинградская область	0,163	10	13	4	21	46	2
2	Белгородская область	0,163	1	2	39	7	7	32
3	Липецкая область	0,166	3	10	17	11	36	14
4	Санкт-Петербург	0,171	5	11	2	31	48	20
5	Краснодарский край	0,171	23	3	32	18	10	4
6	Воронежская область	0,173	15	16	19	6	12	9
7	Республика Татарстан	0,183	20	1	28	12	38	17
8	Ростовская область	0,185	36	6	9	9	24	39
9	Московская область	0,188	4	5	6	60	37	61
10	Москва	0,194	2	21	5	14	27	70
...	...	...	...	...	...	...	...	...
59	Орловская область	0,307	13	49	62	75	16	73

Список литературы:

1. Ильина С.А. Сущность категории «инвестиционный климат» и категории «инвестиционная привлекательность» [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2012. – №5. – С. 153-157. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/40/4862/>.
2. Инвестиционная привлекательность регионов 2013: акцент на инфраструктуру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raexpert.ru/ratings/regions/2013/att1/att1-1/>.
3. Инвестиционная привлекательность регионов России: методика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/2014/method/>.
4. Инвестиционная стратегия Орловской области на период до 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://invest-orel.ru/public_docs/the_investment_strategy_of_the_oryol_order_of_the_n_363_from_031013_pdf.pdf.
5. Инвестиционные возможности Орловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fimip.ru/project/1610>.
6. Инвестиционный паспорт Орловской области [Электронный ресурс].

сурс]. – Режим доступа: http://invest-orel.ru/articles/resursy_territory.

7. Инвестиционный рейтинг регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/concept>.

8. Методология рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/archive/archive-ratings/regions-archive/arc-ranking-reg-invest/p-548c7ec2/regions-invest-metodology-2013/>.

9. Орловская область в цифрах. 2005, 2010-2013: краткий стат. сб. – Орел: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области, 2014. – 243 с.

10. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru/archive/archive-ratings/regions-archive/arc-ranking-reg-invest/p-548c7ec2/p-548c7f06/>.

11. Рудакова О.В., Анисимова А.Н., Павленко И.Г. Россия на мировом рынке инвестиций // Россия на мировых факторных рынках: монография. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2013. – С. 29-77.

Лыгина Нина Ивановна

*д.э.н., профессор кафедры маркетинга и торгового дела
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
телефон: 8 910 7486540*

Рудакова Ольга Викторовна

*д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rudakova71@yandex.ru*

УДК 339.137.21

В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, А.И. Мерцалова

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Конкурентоспособность не является внутренне присущим свойством предприятия. Ее можно выявить только сравнением между собой этих предприятий как в масштабе национального, так и в масштабе мирового рынка. В условиях открытой экономики российские компании испытывают все более усиливающееся конкурентное давление на товарных рынках, сталкиваются с ужесточением конкуренции за трудовые ресурсы и источники инвестирования.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, предприятие, проблемы конкурентоспособности, бюрократия, коррупция, налоговые ставки.

В условиях рыночной экономики основной целью любого предприятия является сохранение и расширение своих позиций на рынке, рост или, по крайней мере, стабильное получение прибыли. Достижение названных целей становится возможным только при ориентации на максимизацию прибыли, основным средством достижения которой является обеспечение высокой конкурентоспособности. Следует отметить, что конкурентоспособность не является внутренне присущим свойством предприятия. Оценка конкурентоспособности организации может быть только в рамках группы предприятий, представляющих одну и ту же отрасль, либо предприятий, производящих аналогичные блага. Иными словами, конкурентоспособность можно выявить только сравнением между собой этих предприятий как в масштабе национального, так и в масштабе мирового рынка.

До 90-х гг. прошлого века в нашей стране не возникало практической необходимости в изучении проблем конкуренции и конкурентоспособности. Полагалось, что в социалистической экономике, основанной на общественной собственности на средства производства и плановой организации хозяйства, конкуренции нет места. В подобных условиях организации хозяйства возможно только социалистическое соревнование, являющееся прямой противоположностью конкуренции. Изучение проблемы конкурентоспособности стало актуальным в эпоху финансового кризиса 1998 г., поскольку одним из позитивных последствий этого кризиса стало повышение конкурентоспособности российских предприятий на мировом рынке. Следует отметить, что с 2003 г. проблема повышения конкурентоспособности стала одним из приоритетов развития страны. Идея повышения конкурентоспособности актуальна сегодня как на национальном, так и на личном уровне. Из послания президента РФ Путина В.В. Федеральному собранию 2003 г.: «Россия должна быть и будет страной с конкурентоспособной рыночной экономикой. Конкурентоспособным должно быть у нас все – товары и услуги, технологии и идеи, бизнес и само государство, частные компании и государственные институты, предприниматели и государственные служащие, студенты, профессора, наука и культура» [8].

В 2008 г. по индексу глобальной конкурентоспособности Россия занимала 51 место, в 2009 г. – 63, в 2010 г. – 63, в 2011 г. – 66, в 2012 г. – 67 [5, 250]. Как отмечают эксперты, опираясь на предшествующие рейтинги, «в последние пять лет Россия стагнировала, оставаясь в самом низу верхней половины рейтинга» [2]. В рейтинге 2013-2014 г. Россия оказалась на 64 месте. Рейтинг этого года, как и четыре предыдущих, возглавила Швейцария. Второе и третье места, как и в рейтинге прошлого года, заняли Сингапур и Финляндия, соответственно. Страны-члены БРИК демонстрируют различные показатели. В данной группе по-прежнему лидирует Китай – 29 место. Бразилия (56 место) и Индия (60) в рассматриваемом периоде переместились в рейтинге вниз, а Россия (64 место против 67) несколько укрепила свои позиции. Однако, следует отметить, что она как и ранее остается наименее конкурентоспособной среди стран группы БРИК. Соседями России в списке на этот раз оказались Венгрия (63 место) и Шри-Ланка (65 место). Как следует из доклада ВЭФ, что по сравнению с

предыдущим годом положение России улучшилось во многом за счет макроэкономических факторов. Среди стран бывшего СССР Россия пропустила вперед Эстонию (32 место), Литву (48 место), Азербайджан (46 место), Казахстан (50 место) и Латвию (52 место). Остальные государства постсоветского пространства расположились в рейтинге 2013-2014 гг. ниже.

В условиях открытой экономики российские компании испытывают все более усиливающееся конкурентное давление на товарных рынках, сталкиваются с ужесточением конкуренции за трудовые ресурсы и источники инвестирования. Однако, сегодня только 2% иностранных компаний рассматривают российский бизнес как угрозу для своих конкурентных позиций. При этом 22% из них в качестве такой угрозы рассматривают индийские и 41% – китайские компании [3, 25]. По мнению руководителей ведущих корпораций развитых стран наибольшую опасность в смысле международной конкуренции в ближайшие годы будут представлять компании из Китая и Индии (рис. 1).

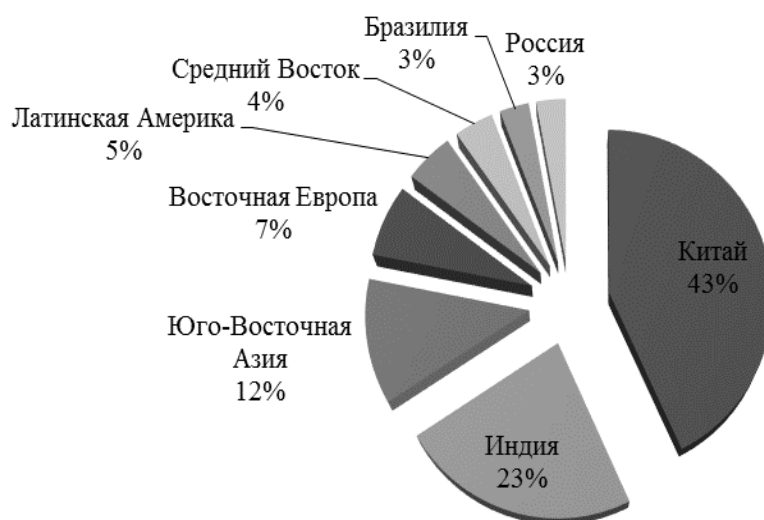


Рисунок 1 – Компании развивающихся регионов мира, несущие угрозу конкурентным позициям фирм развитых экономик [3, 25]

В этой связи, представляет интерес анализ факторов, снижающих показатели конкурентоспособности России (рис. 2). Основными проблемами конкурентоспособности российских предприятий эксперты Всемирного экономического форума как в 2008 г., так и в 2012 г. назвали коррупцию: 18,8% и 20,6% голосов, соответственно. На втором месте по значимости стоит неэффективность государственного аппарата: в 2007-2008 гг. так полагали 8,3% экспертов, а в 2011-2012 гг. – уже 11,9%. Следует отметить, что если по итогам исследования 2007-2008 гг. к числу основных факторов, препятствующих развитию бизнеса, относилось налоговое регулирование – 15,0% респондентов, то в 2011-2012 гг. так полагали только 6,0%. Однако, величину налоговых ставок, как фактор, препятствующий росту конкурентоспособности российского бизнеса, к числу основных относят 10,0% экспертов в 2007-2008 гг. и 9,3% в 2011-2012 гг. Проблемой российского бизнеса, по мнению экспертов ВЭФ, является доступ-

ность финансирования. По итогам исследования 2007-2008 гг. так полагали 8,2% экспертов, а в 2011-2012 гг. – 10,0%.



Рисунок 2 – Проблемы конкурентоспособности российских предприятий в 2007-2008 гг. и 2011-2012 гг.

Как следует из представленных на рисунке 2 данных, из пяти основных проблем, препятствующих росту конкурентоспособности отечественных предприятий, четыре являются результатом деятельности государственного аппарата. Иными словами, основные слабые стороны конкурентоспособности российского бизнеса связаны с административными процедурами и правилами. Бюрократия, коррупция, налоговое регулирование являются причиной прямых и косвенных издержек российских предприятий и граждан.

Коррупция в современной России является одной из серьезных проблем страны. Наша страна имеет очень низкое значение индекса восприятия коррупции, даже после серьезных улучшений, имевших место в 2001-2007 гг. (рис. 3). Индекс составляется международной организацией Transparency International на основе данных опросов, проведенных среди экспертов и в деловых кругах. Индекс восприятия коррупции является сводным индикатором, рассчитываемым на основе статистических данных и информации, полученной из экспертных источников. Сегодня для оценки размаха коррупции используется шкала с диапазоном от «0» до «100». Ранее Индекс восприятия коррупции определял уровень коррупции в госсекторе в диапазоне от «0» (высокий уровень коррупции) до «10» (коррупцированных чиновников почти нет).

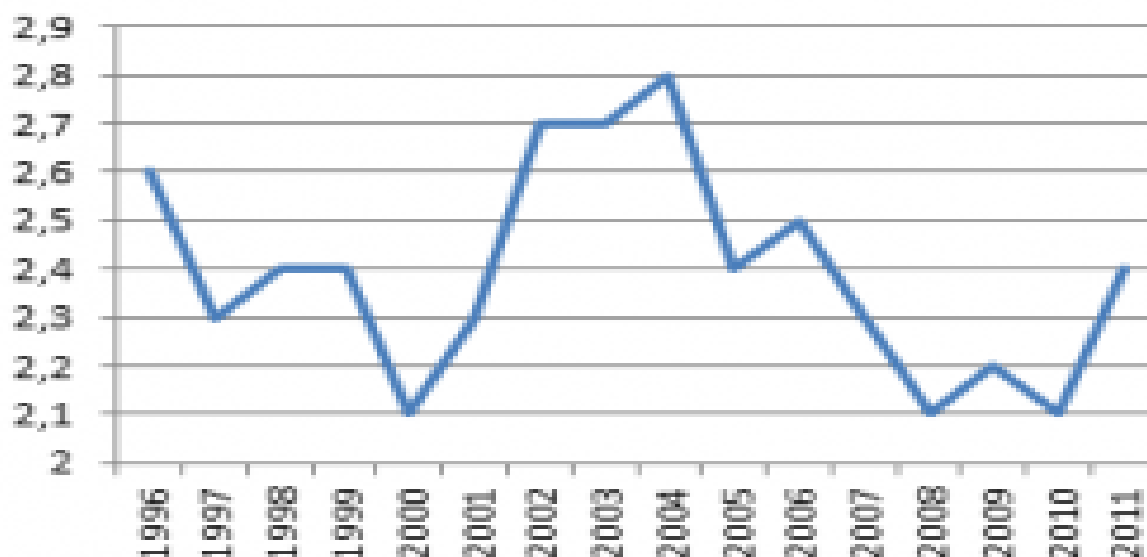


Рисунок 3 – Индекс восприятия коррупции в России в 1996-2011 гг. [9]

По данным Transparency International в 2012 г. наименее коррумпированными государствами в мире были Дания, Финляндия и Новая Зеландия, которые набрали по 90 баллов из 100 возможных и заняли первые места в рейтинге. В десятку наименее подверженных коррупции государств, также вошли Швеция, Сингапур, Швейцария, Австралия, Норвегия, Канада и Нидерланды. В 2012 г. по данным Transparency International Россия набрала 28 баллов и заняла 133 место в рейтинге [9]. Такой же результат показали Коморы, Гайана, Гондурас, Иран и Казахстан. Звание самой коррумпированной страны в Европе досталось Украине.

Создание благоприятных условий для развития частного сектора предполагает формирование соответствующих условий регулирования бизнеса, при которых предприниматели, имеющие перспективные идеи, независимо от их половой принадлежности и национального происхождения, смогут открыть предприятие, осуществить необходимые инвестиции, создать дополнительные рабочие места. В основе исследования «Ведение бизнеса» лежит идея о том, что для осуществления предпринимательской деятельности требуются эффективные правила, устанавливающие и проясняющие имущественные права, обеспечивающие сокращение издержек, связанных с разрешением споров, а также нормы, обеспечивающие предсказуемость хозяйственной деятельности и защиту от злоупотреблений.

Исследование Всемирного банка содержит рейтинг стран мира по степени благоприятствования ведению бизнеса. Рейтинг рассчитывается по среднему арифметическому десяти контрольных индикаторов: регистрация предприятий; получение разрешений на строительство; подключение к системе электроснабжения; регистрация собственности; кредитование; защита инвесторов; налогообложение; международная торговля; обеспечение исполнения контрактов; ликвидация предприятий. Динамика позиций России в общем рейтинге и по его составляющим в 2007-2012 гг. приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Россия в рейтинге «Ведение бизнеса» в 2007-2012 гг. [6]

	Doing Business 2007	Doing Business 2008	Doing Business 2009	Doing Business 2010	Doing Business 2011	Doing Business 2012
Позиция в общем рейтинге	96 ▼	106 ▼	120 ▼	116 ▲	124 ▼	120 ▲
Регистрация предприятий	33	50 ▼	65 ▼	104 ▼	106 ▼	111 ▼
Получение разрешений на строительство	163	177 ▼	180 ▼	182 ▼	179 ▲	178 ▲
Подключение к электросетям	нет данных	нет данных	нет данных	нет данных	183	183 —
Наём рабочей силы	87	101 ▼	101 —	109 ▼	нет данных	нет данных
Регистрация собственности	44	45 ▼	49 ▼	45 ▲	51 ▼	45 ▲
Кредитование	159	84 ▲	109 ▼	87 ▲	96 ▼	98 ▼
Защита инвесторов	60	83 ▼	88 ▼	92 ▼	108 ▼	111 ▼
Налогообложение	98	130 ▼	134 ▼	103 ▲	107 ▼	105 ▲
Международная торговля	143	155 ▼	161 ▼	162 ▼	166 ▼	160 ▲
Обеспечение исполнения контрактов	25	19 ▲	18 ▲	18 —	19 ▼	13 ▲
Ликвидация предприятий	81	80 ▲	89 ▼	93 ▼	103 ▼	нет данных
Разрешение неплатёжеспособности	нет данных	нет данных	нет данных	нет данных	60	60 —

В соответствии с данными доклада «Ведение бизнеса - 2012: ведение бизнеса в более прозрачном мире», Россия заняла 120-е место из 183 стран по легкости ведения бизнеса. За последние восемь лет наша страна впервые получила повышение в рейтинге, поднявшись на 4 пункта. «Пока невесть что, но все-таки тренд положительный, надо его закреплять», – оценил скромный успех президент РФ Владимир Путин на первом заседании совета по модернизации экономики и инновационному развитию России [7]. Однако, по данному показателю Россию опережают Кирибати, Палау, Косово, Никарагуа и Кабо-Верде. Из стран БРИК Россию опередил только Китай: он опустился с 87-го на 91-е место. В рейтинге 2012 г. у Бразилии 126-е место, на которое она опустилась со 120-го, у Индии 132-е, на которое она поднялась с 139-го.

Как следует из представленных в таблице 1 данных, у нашей страны плохие позиции по формальной регистрации бизнеса. Исследования последних лет, проводившиеся в разных странах, показывают, что реформы, направленные на упрощение процедуры регистрации бизнеса, способствуют увеличению численности новых компаний и повышению экономической эффективности, отме-

чаются рост уровня занятости и производительность труда. Облегчение процедуры формальной регистрации предприятия обеспечивает значительные преимущества в конкурентоспособности предприятия.

Необходимо отметить, что практика регистрации предприятий очень сильно различается в зависимости от страны. Например, в Новой Зеландии, занимающей ведущее место в рейтинге «Ведение бизнеса 2012», предприниматель может зарегистрировать бизнес в режиме онлайн в течение 15 минут за 118 долл. [1,23]. В свою очередь, процесс регистрации бизнеса в России включает 9 процедур, занимает 30 дней и обходится в 2% годового дохода на душу населения – эта сумма является одной из самых низких в мире (рис. 4). По данному показателю наша страна опережает Бразилию, Индию, Индонезию, Китай и Нигерию, но отстает от Вьетнама, Турции и многих стран ОЭСР с высоким уровнем дохода. Зарегистрировать предприятие в России недорого, но это требует большого количества процедур.

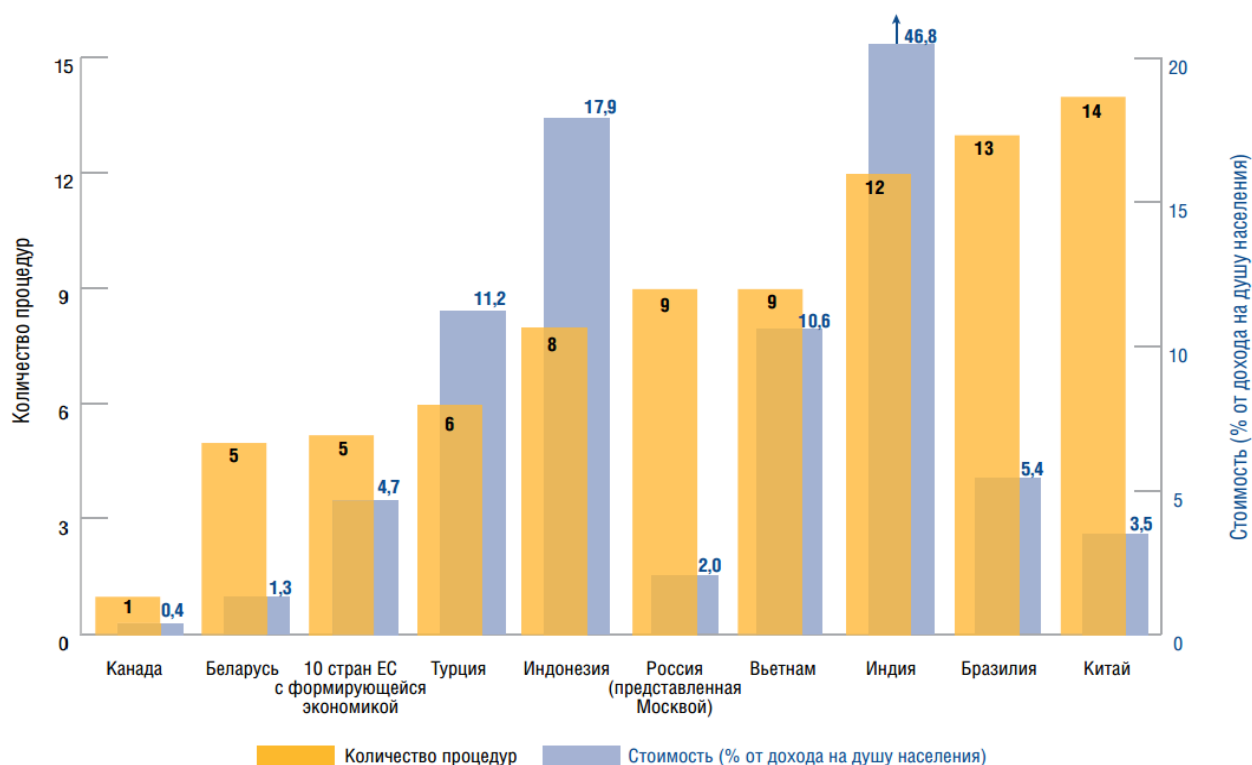


Рисунок 4 – Регистрация бизнеса в 2012 г.:
количество процедур и стоимость по странам и регионам [1, 31]

Как следует из данных таблицы 1, наибольшие сложности в процессе ведения бизнеса в России возникают у отечественных предпринимателей по таким направлениям как «получение разрешений на строительство» и «подключение к электросетям». Иногда аренде и выкупу помещений для бизнеса у частного собственника или государства, предприниматели предпочитают строительство собственного объекта «с нуля». Строительные издержки и процедуры получения разрешений на строительство входят в двадцатку факторов, учитываемых при размещении вновь создаваемых компаний. Показатель «получение разрешений на

строительство» в исследовании «Ведение бизнеса» учитывает сроки, стоимость и количество процедур, необходимых для соблюдения всех требований при строительстве склада и подключении его к коммунальным сетям.

Россия, которую представляет Москва, заняла 178-е место в исследовании «Ведение бизнеса - 2012» по показателю «получение разрешений на строительство». В нашей столице этот процесс складывается из 47 процедур, занимает 392 дня и обходится в 171,5% от дохода на душу населения. Для сравнения, в Гонконге (Китай) этот процесс требует проведения только 6 процедур, занимает 67 дней и обходится в 17,8% от дохода на душу населения [1, 29]. Гонконг в течение трех последних лет занимает ведущее место по рассматриваемому показателю среди 183 исследуемых Всемирным банком стран. Следует иметь в виду, что меньшее число процедур не означает снижения уровня безопасности. Например, в Дании, Новой Зеландии и Швеции существует по 6-8 процедур – при этом здания в этих трех странах считаются безопасными.

Состояние инфраструктуры, в частности, электроснабжения, в списке приоритетов предпринимателей во всех странах мира. Проведенное Всемирным банком исследование предприятий в более чем ста странах показало, что менеджеры относят отсутствие электроснабжения к одному из наиболее главных препятствий для развития бизнеса (рис. 5). Плохое качество электроснабжения препятствует росту производительности и привлечению инвестиций в компании.

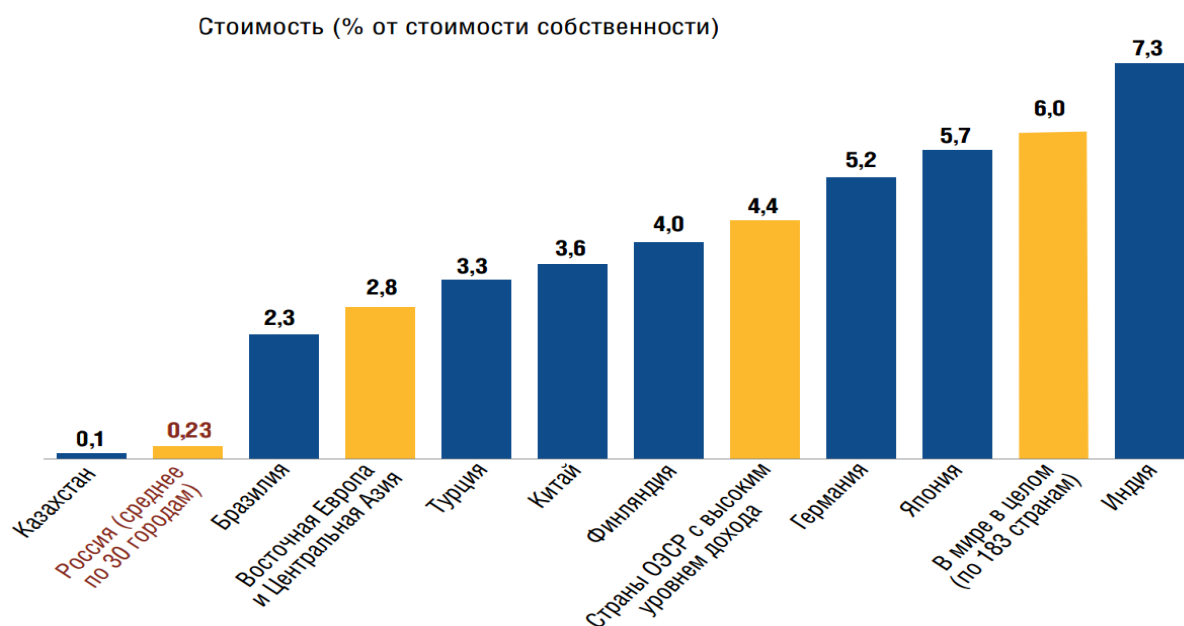


Рисунок 5 – Тарифы на регистрацию собственности в 2012 г. по странам и регионам [7]

Электроэнергетика является регулируемым сектором экономики. Процесс подключения к электросетям регулируется нормативными правовыми актами, определяющими вопросы безопасности, качества и соответствия техническим стандартам. Подключение к системе электроснабжения в России требует от предприятий сегодня прохождения в среднем 9 процедур, занимает 230 дней и

обходится в 662% от дохода на душу населения. Сравнение с Бразилией, Китаем и Индией, позволяет сделать вывод, что в российских городах в среднем проводится больше процедур, выше издержки и продолжительнее сроки. Например, в Бразилии подключение занимает 34 дня, в Индии – 67, в Турции – 70, в Индонезии – 108, во Вьетнаме – 142, в Китае – 145 и в Нигерии – 260 [1, 25].

Формирование рыночной экономики в России привело к изменению многих сфер деятельности, в том числе обеспечения права собственности на землю, а также регистрацию собственности. После распада СССР в нашей стране были созданы структуры, необходимые для преобразования государственной системы собственности в частную. В 1990 г. в России была отменена государственная монополия на землю, а в 1993 г. в Конституции страны было зафиксировано право частной собственности на недвижимость. Земельный кодекс 2001 г. обеспечил необходимую нормативно-правовую базу для закрепления права частной собственности на землю, при этом были объединены права на землю и здания, что послужило базой для формирования эффективного земельного рынка и системы имущественных прав.

По показателю «регистрация собственности» Россия находилась в 2012 г. на 45 месте среди 183 стран. Наша страна по данному параметру опередила Бразилию (114-е), Индию (97-е) и Японию (58-е) и совсем немного отстала от Китая (40-е). В сравнении со странами Евросоюза, Россия опередила Германию (77-е место) и Великобританию (68-е). Однако, лучшую практику в области регистрации собственности демонстрируют соседи нашей страны: Азербайджан, который оказался на 9 месте, Литва – 7 место, Казахстан – 29 место. Российский тариф связанный с регистрацией собственности является одним из самых низких в мире в процентном выражении от стоимости имущества. Он значительно ниже тарифов в ЕС или странах Восточной Европы и Центральной Азии, где его размер колеблется от 4,8% до 2,8% соответственно. В соседних государствах, например в Китае, Финляндии и Японии, затраты на передачу прав собственности варьируют от 3,6% до 5,7% от стоимости имущества. Самый низкий тариф на передачу прав в регионе существует только в Казахстане – 0,1% от стоимости недвижимости (рис. 5).

Следует отметить, что из всех критериев, по которым Всемирный банк и Международный валютный фонд оценивали страны, Россия занимает лучшие позиции по такой позиции как «обеспечение исполнения контрактов». Данный показатель отражает эффективность принудительных мер по соблюдению условий заключенных договоров. В частности, принимается во внимание время, которое проходит со времени подачи иска до поступления платежа, в случае нарушения контракта. Также проводилось сравнение по количеству процедур и судебным издержкам. Например, в России с момента подачи искового заявления до перечисления денег проходит в среднем 281 день, в то время как средний показатель по Европе и Центральной Азии – 412 дней, а по странам ОЭСР – 518 дней. Кроме того, размер судебных издержек в России в два раза меньше, чем в Европе. Количество необходимых процедур составляет 36, тогда как в Европе – 37, а в ОЭСР – 31.

Список литературы:

1. Ведение бизнеса в России 2012. – М.: Издательство «Алекс», 2013. – 41 с.
2. Всемирный экономический форум: рейтинг глобальной конкурентоспособности 2012-2013 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2012/09/05/4949>.
3. Кондратьев В. Корпоративный сектор и государство в стратегии глобальной конкурентоспособности // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – №3. – С. 24-31.
4. Рудакова О.В., Марченкова Л.М., Самородова Е.М. Конкурентоспособность предприятия в условиях глобальной экономики: теория и практика // Внешнеэкономическая деятельность предприятия в условиях глобализации мировой экономики: монография – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2011. – С. 101-142.
5. Место России в глобальных международных рейтингах: стратегия и тактика инновационного развития / Н.А. Кравченко и др. // Россия: тенденции и перспективы развития: ежегодник. Вып. 8. – М., 2013. – Ч. 1. – С. 248-254.
6. Легкость ведения бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/russia/>.
7. Осталась сотня ступеней [Электронный ресурс] // Российская бизнес-газета. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/10/30/rejting.html>.
8. Путин В.В. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kremlin.ru/text/appears/2003/05/44623.shtml.
9. Россия в индексе восприятия коррупции 2012 г.: новая точка отсчета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.transparency.org.ru/indeks-vospriiatiia-korruptcii>.
10. Рудакова О.В., Бардовский В.П., Потапова Е.В. Новые аспекты конкуренции в условиях глобализация мировой экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №1 (15). – С. 74-80.

Бардовский Виктор Петрович

к.э.н., профессор кафедры менеджмента

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: bardovskijv@bk.ru

Рудакова Ольга Викторовна

д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

e-mail: rudakova71@yandex.ru

Мерцалова Алла Ивановна

к.э.н., доцент кафедры общепрофессиональных дисциплин

АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт» (Орловский филиал)

телефон: 8 910 205 3071

Л.М. Марченкова

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Формой связи между товаропроизводителями разных стран выступает внешняя торговля стран. Внешняя торговля предполагает обмен товарами, услугами и капиталом между различными странами. Развитие внешней торговли обусловлено тем, что она позволяет установить равновесие между излишками и дефицитом в хозяйстве отдельных стран. Роль внешней торговли в хозяйственном развитии стран постоянно возрастает. С одной стороны, внешняя торговля стала мощным фактором экономического роста, а с другой – произошло заметное повышение зависимости стран от международного товарообмена.

Ключевые слова: внешняя торговля, либерализация, режимы внешней торговли, экспорт, импорт.

Главным направлением развития многих современных государств является внешняя торговля. Главным источником товаров, услуг производство которых невозможно внутри страны является внешняя торговля, также она служит основным источником доходов от экспортно-импортных операций. В целях регулирования внешней торговли каждая страна осуществляет внешнеторговую политику, которая позволяет осуществлять торговлю с различными регионами и странами, а также на различных рынках товаров и услуг.

Либерализация внешнеэкономической деятельности, способствует тому, что хозяйственных организаций становятся главными действующими лицами в осуществлении внешней торговли, изменению отношения к участию государства в механизме международных экономических обменов.

Экономические, организационные и правовые факторы определяют успешное осуществление экспортных операций на рынке той или иной страны. Естественно недостаточно удачного сочетания цены и качества предлагаемого товара. Внешнеэкономическая деятельность предполагает, что участники имеют четкое представление о правовых режимах, в которых она осуществляется. Интенсивное развитие внешнеэкономических связей в настоящее время, предполагают формирование торгово-политического регулирования. Торгово-политическое регулирование строится на основе различных принципов, правил, норм, торговых обычаев и практики, существующих в настоящее время в международной торговле. Торгово-политическое регулирование характеризует состояния, особенности национального хозяйства с экономическими процессами, формирует предпосылки к ее оптимальному развитию. Совокупность многообразных инструментов государственного регулирования внешнеторгового оборота, закрепленных в форме норм национального права и механизмов их согласованного применения, в соответствии с нормами и принципами международного права представляет собой торговый режим.

В настоящее время различные государства, в том числе и Россия применяются и используются различные инструменты, способствующие налаживанию процессов внешнеэкономического взаимодействия. Необходимо заметить, что если страна не учитывает инструменты торгово-политического регулирования, не участвует активно в международной унификации правовых, административных и организационных основ торгово-политического регулирования, создает препятствия развитию своих внешнеэкономических связей и использованию преимуществ международного разделения труда. При разработке торгово-политического механизма важное значение отводится обеспечению его совместимости с международной системой торговой политики (ВТО, ОЭСР, ЮНКТАД и т.д.).

В международной практике применяют три вида торговых режимов:

- Режим наибольшего благоприятствования – представляет собой нормальные условия торговли. В этих условиях данная страна предоставляет другой стране такие же условия, как и любой из третьих стран, и таможенная пошлина равна базовой. Перечень стран, в торгово-политических отношениях с которыми Российская Федерация применяет режим наиболее благоприятствуемой нации: Австралия, Австрия, Албания, Ангола, Аргентина, Бангладеш, Бельгия, Бенин, Болгария, Боливия, Босния и Герцеговина, Ботсвана, Бразилия, Буркина Фасо, Великобритания, Венгрия, Венесуэла и др.

- Режим преференциальный (льготный) означает, что базовая таможенная пошлина должна быть для них уменьшена до 50%, а в России – до 75%, предоставляется любым странам, но в основном развивающимся.

Беспошлинный режим – представляет собой режим свободной торговли, который может быть предоставлен любой стране, и согласно ООН, обязателен для 47 наименее развитых государств. В РФ право беспошлинного ввоза товаров на таможенную территорию РФ предоставлено наименее развитым странам-пользователям схемой преференций. К таким странам относятся следующие: Бангладеш, Бенин, Босния и Герцеговина, Буркина Фасо, Бурунди, Ботсвана, Бутан, Вануату, Гаити, Гамбия, Гвинея, Гвинея-Бисау, Джибути, Заир, Замбия, Йемен, Кабо Верде, Камбоджа, Кирибати, Коморские острова, Лаос, Лесото, Либерия, Мавритания, Мадагаскар, Малави, Мали, Мальдивы, Мозамбик, Мьянма, Непал, Нигер, Руанда, Западное Самоа, Сан-Томе и Принсипи, Соломоновы острова, Сомали, Судан, Сьерра-Леоне, Танзания, Тувалу, Того, Уганда, Центрально-Африканская Республика, Чад, Экваториальная Гвинея, Эфиопия.

Внешнеторговая политика государства делится на следующие виды: протекционизм и свобода торговли. В современных условиях внешнеторговая политика государств характеризуется сочетанием обеих противоположностей, оптимизируемое в зависимости от обстоятельств.

Таможенно-тарифная политика является важнейшим компонентом внутренней и внешней политики Российского государства, которая направлена на участие в реализации торгово-политических задач по защите внутреннего рынка и стимулирование развития экономики в целом. Кроме того, таможенная политика направлена на наиболее эффективное использование инструментов таможенного права, также, инструментов таможенного регулирования и контроля

за товарообменом на конкретной территории.

Таможенные службы осуществляют контроль за перемещением товаров, услуг, транспортных средств с применением инструментов реализации таможенной политики. Необходимо заметить, что таможенно-тарифная политика должна создавать стимулы и условия для привлечения капитала в производство. Страны должны активнее использовать специальные таможенные режимы, должен быть реализован принцип эскалации тарифа. Усиливается роль таможенно-тарифной политики в формировании трансграничных производственно-технологических связей, развитии специализации и кооперации, прежде всего, в высокотехнологичных отраслях. В настоящее время таможенно-тарифная политика направлена не только на регулирование внешней торговли, но и на содействие созданию в обрабатывающих отраслях глобальных центров компетенции, встроенных в мировые цепочки производства. Главная задача таможенно-тарифной политики – это регулирование внутренних рынков, повышение уровня их конкурентоспособности и укреплении позиций российских компаний в России и за рубежом. Важным условием интеграции на евразийском пространстве становится единая таможенно-тарифная политика стран таможенного союза, формирующегося в рамках ЕврАзЭС.

Экспорт товаров из России, по данным Всемирной торговой организации, достиг 522 млрд. долл. в 2011 году, что говорит о его увеличении по сравнению с 2010 годом на 30%. Кроме того, возрос и российский импорт – до 323 млрд. долл., что привело к росту актива торгового баланса до 199 млрд. долл.

В 2010-2012гг. Россия заняла соответственно 11, 12, 9-е места среди крупнейших стран-экспортеров.

На рисунке 1 представлены доли крупных стран в мировом экспорте товаров на 2012 г. [3, 12].

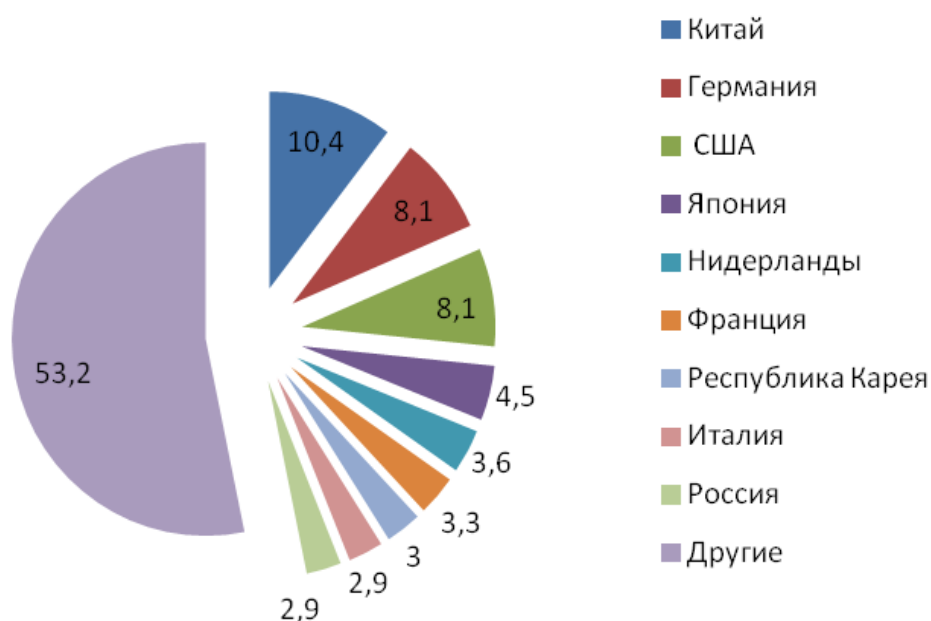


Рисунок 1 – Доля стран в мировом экспорте товаров в 2012 г., %

Рост объемов экспорта из России в денежном выражении в 2010-2012 гг. обусловлен, ростом цен на товары сырьевой группы (в основном топливно-энергетических) и на металлы, а также увеличение объемов их экспорта в натуральном выражении. Товарная структура экспорта России, представлена на рисунке 2.

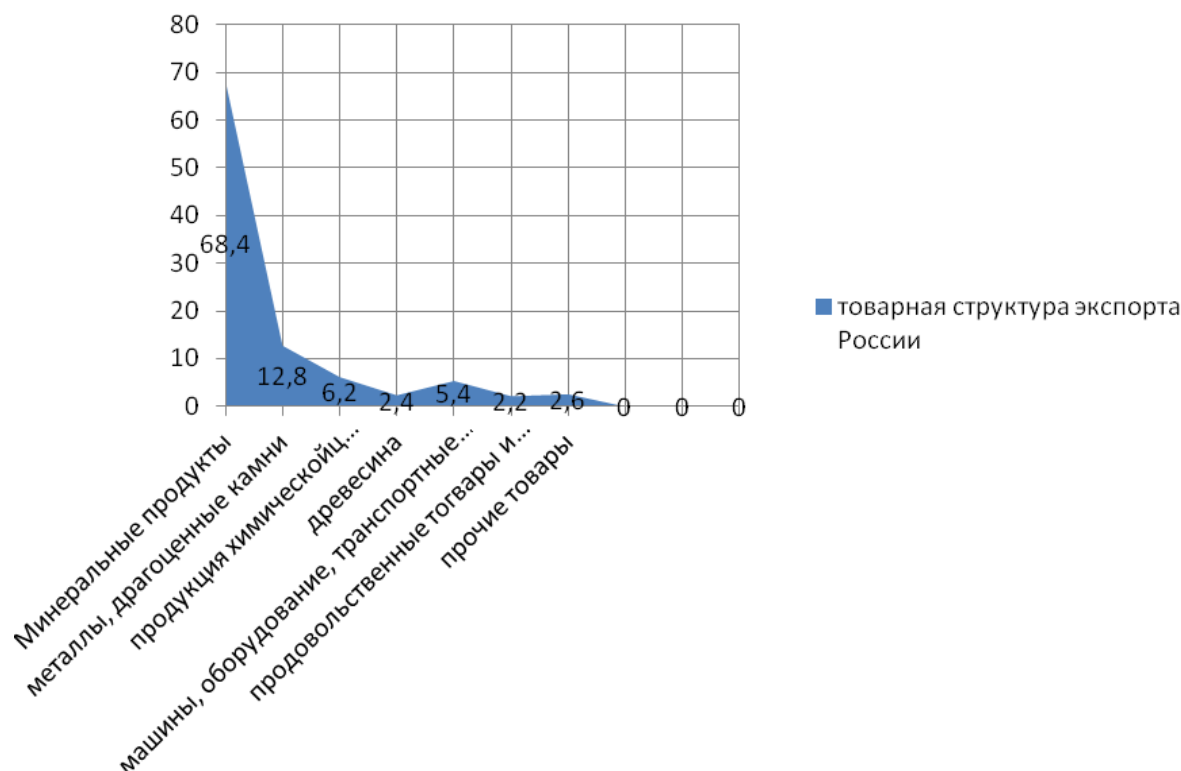


Рисунок 2 – Товарная структура экспорта России в 2012 г., %

Из рисунка видно, что доля сырья (минеральных продуктов) в Российском экспорте увеличилась, доля промышленных товаров, машин и оборудования уменьшилась. Уменьшилась и доля в экспорте продовольственных товаров, наращиваем их импорт.

Импорт России в 2012 году составил 312,5 млрд. долларов США и по сравнению с 2011 годом увеличился на 2,2%. В общем объеме импорта на долю стран дальнего зарубежья в 2012 году приходилось 87,0%, на долю стран СНГ – 13,0%. Товарная структура импорта представлена на рисунке 3.

Говоря о товарной структуре импорта, необходимо заметить, что из стран дальнего зарубежья на долю машин и оборудования в 2012 году приходилось 52,1% (в 2011 году – 51,0%). Увеличился стоимостной объем импорта машиностроительной продукции по сравнению с 2011 годом на 6,5%, в том числе: механического оборудования – на 4,9%, электрооборудования – на 7,1%, железнодорожного транспорта – в 2,0 раза, средств наземного транспорта (за исключением железнодорожного) – на 14,6%, инструментов и аппаратов оптических – на 24,2%. Физический объем ввоза легковых автомобилей возрос на 13,7%, грузовых – на 16,0%.

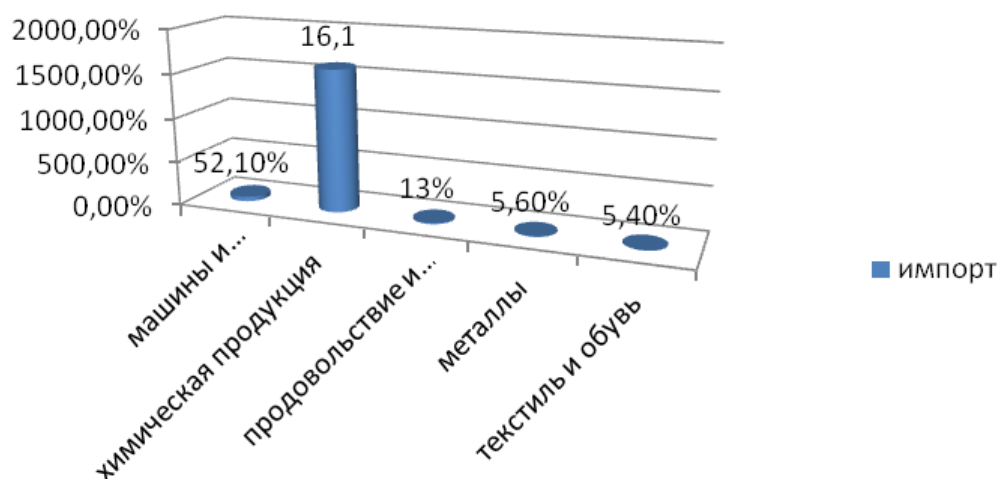


Рисунок 3 – Товарная структура импорта России в 2012г., %

В товарной структуре импорта удельный вес продукции химической промышленности в 2012 году остался на уровне предыдущего года и составил 16,1%. Возрос стоимостной объем импорта продукции химической промышленности по сравнению с 2011 годом на 4,2%. Физические объемы поставок продуктов неорганической химии возросли на 14,6%, органических химических соединений – на 16,2%, лаков и красок – на 8,5%, косметических средств – на 6,0%, мыла и моющих средств – на 11,0%, каучуковых и резиновых изделий – на 14,7%, пластмасс и изделий из них – на 8,3%.

Так же можно отметить, что доля импорта продовольственных товаров и сырья для их производства в 2012 году составила 13,0% (в 2011 году – 13,8%). Снизилась физическая объемы поставок продовольственных товаров по сравнению с 2011 годом на 12,3%, в том числе: сливочного масла – на 2,1%, цитрусовых – на 5,8%, чая – на 4,2%; значительно снизился объем поставок сахара-сырца. Вместе с тем возросли физические объемы закупок мяса свежего и мороженного на 5,9%, (в том числе мяса крупного рогатого скота – на 3,7%, свинины на 8,0%), мяса птицы – на 6,4%, рыбы – на 4,0%, сыров и творога – на 18,5%, кофе – на 9,2%, злаков – на 24,4%, в том числе: ячменя и кукурузы на 37,8% и 13,8% соответственно.

Импорт металлов и изделий из них в 2012 году составил 5,6% (в 2011 году – 5,9%). Стоимостной объем данной товарной группы по сравнению с 2011 годом остался на том же уровне, а физический снизился на 4,3%. Физические объемы закупок черных металлов и изделий из них сократились на 6,6%, в том числе: труб – на 62,9%. Вместе с тем возрос импорт проката плоского из железа и нелегированной стали на 5,4%.

Доля импорта текстильных изделий и обуви в 2012 году составила 5,4% (в 2011 году – 5,5%). Стоимостной объем импорта этих изделий возрос по сравнению с 2011 годом на 2,0%. Физические объемы закупок одежды снизились на 10,2%, обуви с верхом из натуральной кожи – на 10,9%, хлопчатобумажных тканей – на 1,8%.

Рассматривая торговых партнеров России в 2012 году, можно заметить,

что основными среди стран дальнего зарубежья были: Китай, товарооборот с которым составил 87,5 млрд. долл. США (105,1% к 2011 году), Нидерланды – 82,7 млрд. долл. США (120,6%), Германия – 73,9 млрд. долл. США (102,8%), Италия – 45,8 млрд. долл. США (99,5%), Турция – 34,2 млрд. долл. США (107,9%), Япония – 32,2 млрд. долл. США (105,3%), США – 28,3 млрд. долл. США (91,2%), Польша – 27,4 млрд. долл. США (97,6%), Республика Корея – 24,9 млрд. долл. США (99,8%), Франция – 24,3 млрд. долл. США (86,4%).

Объемы торговли со странами СНГ в 2012 году (в миллионах долларов США) приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Объемы торговли со странами СНГ в 2012 году

Страны	Оборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
Азербайджан	3 407,7	2 844,0	563,8	2 280,2
Армения	1 216,1	915,5	300,6	614,9
Белоруссия	35 726,4	24 421,6	11 304,7	13 116,9
Казахстан	22 427,9	14 557,9	7 869,9	6 688,0
Киргизия	1 829,4	1 634,1	195,3	1 438,8
Молдавия	2 085,3	1 608,9	476,4	1 132,5
Таджикистан	745,1	677,9	67,2	610,7
Туркмения	1 434,1	1 251,0	183,1	1 067,9
Узбекистан	3 714,4	2 325,0	1 389,5	935,5
Украина	45 146,5	27 179,4	17 967,1	9 212,3

В целях улучшения таможенно-тарифного регулирования, необходимо осуществлять следующие мероприятия:

- Обеспечить содействие улучшению и трансформации экономики России за счет облегчения доступа российских компаний к передовой зарубежной технике и технологиям;
- создавать производства, способствующие развитию занятости, обеспечению экономической безопасности страны;
- поощрять и способствовать производственно-технологической кооперации российских и иностранных компаний, прежде всего в наукоемких отраслях;
- поощрять приток иностранных и российских инвестиций в перспективные отрасли национальной;
- развивать географическую структуру импорта;
- разработать механизмы достойной и справедливой конкуренции на внутреннем рынке;
- унифицировать инструменты таможенно-тарифного регулирования.

Таким образом в настоящее время таможенно-тарифная политика является эффективным средством смягчения и постепенного преодоления кризисных явлений в отечественной экономике, а затем - одним из ключевых факторов посткризисного экономического развития.

В целях повышения эффективности правового регулирования внешнеэкономической деятельности в России мы предлагаем следующие мероприятия:

1. Необходимо усовершенствовать нетарифные методы защиты отечественных производителей.

2. Осуществлять поэтапное снижение ставок ввозных таможенных пошлин в конкретных отраслях экономики, чтобы уменьшить риск банкротства этих отраслей.

Список литературы:

1. Авдокушкин Е.Ф. Международные экономические отношения: учебное пособие. – М.: Маркетинг, 2008. – 230 с.

2. Батизи Э.Э. Управление внешнеэкономической деятельностью хозяйствующих субъектов в России: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 284 с.

3. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Внешнеэкономические связи: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 212 с.

4. Балабанов И.Т. Валютные операции. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 145 с.

5. Григорьев Ю.А. Практика внешнеэкономической деятельности: учебное пособие. – М.: Паимс, 2009. – 187 с.

6. Грачева Е.Ю., Соколова Э.Д. Финансовое право: учебное пособие. – М.: Новый юрист, 2011. – 178 с.

Марченкова Лилия Михайловна

*к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: marchenkova.lilya@yandex.ru*

УДК 339.5:637.3

А.А. Парушин, Е.М. Самородова

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК СЫРОДЕЛЬЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ:
СОСТОЯНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ, НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ**

Конъюнктура мировых товарных рынков продовольственной продукции оказывает влияние на состояние национальных рынков продовольствия, определяет состояние, структуру и направления внешней торговли страны. В статье предпринимается попытка на основе оценки конъюнктуры российского рынка сыродельческой продукции, динамика которого определяется не только внутренними обстоятельствами, но и внешнеэкономической конъюнктуры, определить перспективы и тенденции внешней торговли России данным видом товара.

Ключевые слова: конъюнктура, рынок, продовольственные товары, сыродельческая продукция, внешняя торговля.

Общепринятая методика исследования конъюнктуры мирового рынка опирается на всестороннее изучение четырех составляющих: совокупного производства, совокупного потребления, объемов и направлений мировой торговли и динамики цен.

По итогам 2012 г. в России производство сыра составило 432 тыс. тонн [9]. При этом за то же время в отношении сыра и сырных продуктов наблюдается отрицательная динамика – на 0,7% по сравнению с 2011 г. Эту ситуацию на рынке иллюстрирует рисунок 1.

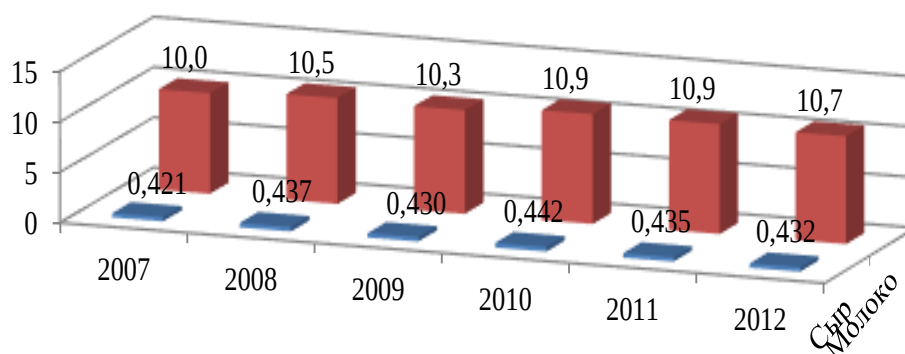


Рисунок 1 – Годовая динамика производства цельного молока и сыра в России в 2007-2012 гг., млн. тонн [8]

Среди сыров производственный показатель вырос по следующим позициям: сыр мягкий – на 8%, сыр полутвердый – на 31%, сыр зернистый – на 7%. По остальным товарным группам отмечено сокращение показателя: сыра твердого в 2012 г. произвели на 11% меньше, чем годом ранее (101 тыс. тонн), сыра плавленого – на 16% (123 тыс. тонн), сыра копченого – на 10%, сыра слизнего – на 24%, сыра рассольного – на 5%, свежего – на 3%. В таблице 1 показана общая характеристика производства молочной и сыродельческой продукции в России.

Таблица 1 – Производство сыродельческой продукции в России, 2011-2012 гг. [8]

	Объем отгруженных товаров собственного производства, млн. руб.		Индекс производства в % к предыдущему году		Среднегодовая численность работников, тыс. чел.	
	2011 г.	2012 г.	2011 г.	2012 г.	2011 г.	2012 г.
Производство молочных продуктов	398000	431386	108,9	98,3	137,0	132,4
в том числе:						
Переработка молока и производство сыра	368721	403004	108,0	99,3	120,5	117,6

Согласно данным Росстата (табл. 1), в 2012 г. снизилось производство во всей молочной отрасли. Так, индекс производства сыра в отчетном году снизился на 0,7%, что повлекло сокращение рабочих почти на 3 тысячи человек.

Как было отмечено ранее, производство молока прямо пропорционально зависит от количества произведенного молока. На рисунке 2 представлена квартальная динамика производства молока и сыра в России.

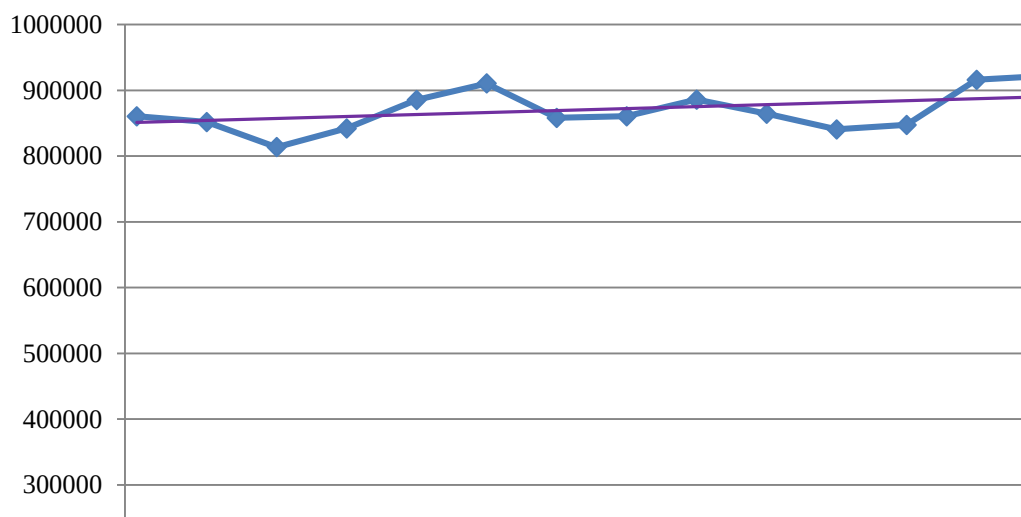


Рисунок 2 – Квартальная динамика производства цельного молока и сыра в России в 2007-2012 гг., тыс. тонн [8]

В январе 2013 г. положительная динамика в отношении сыра и сырной продукции составила 5% относительно прошлогоднего показателя (табл. 2).

Таблица 2 – Объем производства сыра в разрезе товарных групп в январе 2013 г. в России, тонн [8]

	Январь 2013 г, тонн	Прирост за месяц, %	Прирост за год, %
Сыр и творог	88 324	-6	6
Сыры и продукты сырные	29 863	-13	5
Сыр мягкий	1 722	-2	43
Сыр полутвердый	7 088	12	33
Сыр твердый	5 678	-11	8
Сыр свежий	38	-33	-1
Сыр зрелый	22	5	-52
Сыр слизневый	1	40	17
Сыр рассольный	1 291	-21	6
Сыр плавленый	8 634	-23	-10
Сыр копченый	1 206	-17%	7%
Сыры прочие	477	-23%	5%
Продукты сырные	3 708	-23%	-13%

На российском рынке сыров происходит постепенное укрупнение производителей за счет вытеснения крупными игроками более мелких, не имеющих дополнительных финансовых возможностей для инвестиций в новые производства и технологии. Кроме того, на данный момент для удачного продвижения продукции уже недостаточно только высокого качества и приемлемой цены. Основным в конкурентной борьбе становится переход от простых товарных рынков к брендированным, а потому наиболее сильными становятся те производители, которые делают акцент на развитии премиальных вкусов и оригинальных характеристик продукта, а также вкладывают значительные средства в его продвижение. Всего в России насчитывается более 500 предприятий, выпускающих твердые и жирные сыры, и около 200 предприятий, производящих плавленые. Основные производители сосредоточены в Центральном, Центрально-Черноземном, Поволжском и Уральском районах. В целом, производство сыра в разрезе федеральных округов показано в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ производства сыра и творога по федеральным округам в России в 2010-2012 гг., тыс. тонн [8]

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темпы роста, %	
				к 2011 г.	к 2010 г.
Российская Федерация	995	1109	1127	101,6	113,3
Центральный федеральный округ	428	488	491	100,6	114,7
Северо-Западный федеральный округ	70,7	69,4	68,8	99,1	97,3
Южный федеральный округ	74,8	108	129	119,4	172,5
Северо-Кавказский федеральный округ	15,3	15,5	16,8	108,4	109,8
Приволжский федеральный округ	218	232	225	97,0	103,2
Уральский федеральный округ	38,0	40,1	38,2	95,3	100,5
Сибирский федеральный округ	137	143	146	102,1	106,6
Дальневосточный федеральный округ	13,2	12,7	12,9	101,6	97,7

На рисунке 3 проиллюстрированы данные таблицы 3 за 2012 г., отражающие географическое распределение объемов производства сыра в России.

Среди российских производителей твердых и мягких сыров ведущие позиции на рынке занимают ТНВ «Сыр Стародубский» (Брянская область) и ОАО «Можгасыр» (Удмуртская Республика). За этими игроками рынка следует ОАО «Сыркомбинат «Калининский» (Краснодарский край). Стоит отметить, что в сегменте твердых сыров нет четко выраженного лидера, и десятка крупнейших производителей удерживает только около 30% рынка. На рынке плавленых сыров основные объемы производства сосредоточены в руках четырех лидеров: ООО «Хохланд Русланд» (Московская область), Valio Ltd. (Финляндия), ЗАО

«Московский завод плавленых сыров «Карат» и ООО «РостАгроКомплекс» (Московская область). По данным компании AC Nielsen, эти компании удерживают порядка 67% всего рынка плавленых сыров. В сегменте мягких белых / творожных сыров основная доля рынка приходится на московский регион. Основными производителями являются компании отечественные Росагроэкспорт и Карат, а также зарубежные Hochland (Almette), Юнилевер (RamaCremeBonjour), Viola и Exqusa.

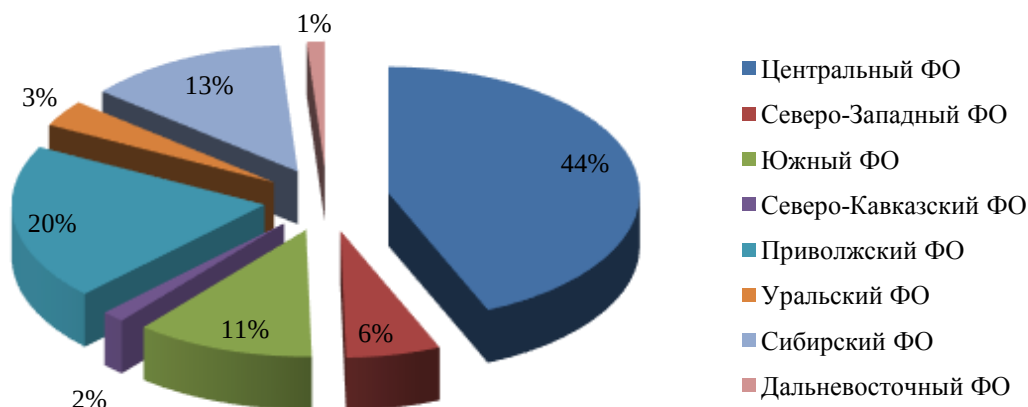


Рисунок 3 – Структура производства сыра в России по федеральным округам в 2012 г. [8]

Рисунок 4 иллюстрирует изменение уровня загруженности производственных мощностей в молочной промышленности [8].

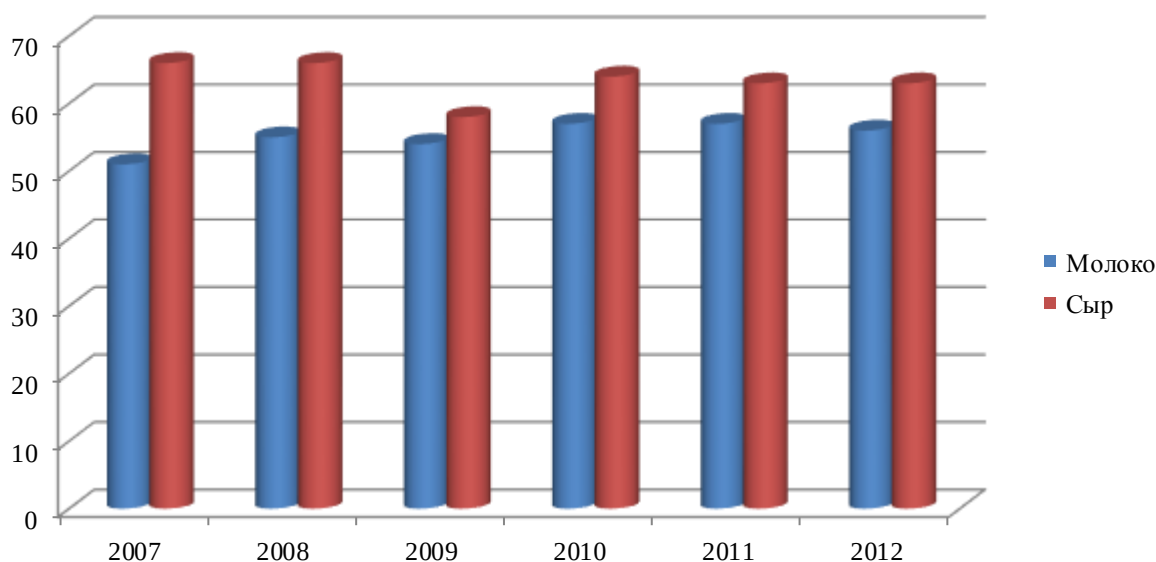


Рисунок 4 – Изменение уровня загруженного производственного оборудования в молочной и сырной промышленности России в 2007-2012 гг., %

Касательно сырной продукции, средний уровень загруженности мощностей – от 61-64%, что говорит о том, что основной капитал может работать более эффективно. Однако недостаток сырья (молока), которое производят лишь 51-55% мощностей, не позволяет нарастить производство.

Если до 2006 г. все компании производящие сыр ориентировались исключительно на рыночные требования, то после введения ограничений на ввоз украинских молочных продуктов (к которым относятся и сыры), а также отмены экспортных субсидий в странах ЕС, ситуация серьезно изменилась. Во-первых, украинские продукты составляли значительную часть наименее дорогой продукции на российском рынке, и потому их отсутствие автоматически подняло среднюю цену, ну а общее увеличение стоимости иностранного товара данную ситуацию только усугубило. При этом если снижение доли недорогой украинской продукции частично компенсировалось белорусским товаром и ростом отечественного производства, то рост цен на иностранный товар почти на 60% заставил существенно сократить потребление данной продукцией граждан с невысоким доходом. Так как общемировые тенденции не обошли стороной и российский рынок, то средняя стоимость отечественной продукции также возросла. В результате весьма ощутимо вырос спрос на недорогую продукцию, нехватка которой всё ещё ощутима.

Одновременно произошло существенное сокращение поставок молока на переработку в таких важных для сыроделия регионах как Краснодарский и Алтайский край. Кроме того, в условиях нехватки сырья произошло его перераспределение между участниками рынка, и небольшие региональные сыродельные заводы лишились своих поставщиков из-за невозможности предложить более высокую закупочную цену. Общие объёмы выпуска сыров в России в 2007 г. почти не изменились по сравнению с 2006 г., а наблюдаемый рост выпуска продукта произошёл, в основном, за счёт увеличения доли плавленых сыров.

С ростом доходов населения растут расходы потребителей на покупку потребительских товаров. На рисунке 5 показана динамика доли расходов населения на покупку молока и молочных продуктов в общем объеме расходов населения на покупку потребительских товаров.

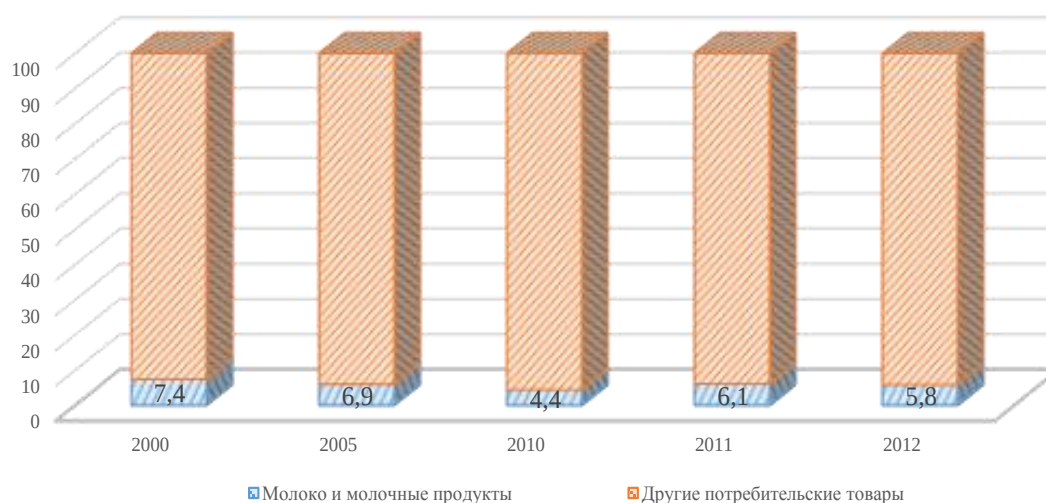


Рисунок 5 – Динамика доли расходов на молоко и молочные продукты в общем объеме потребительских расходов населения в России в 2005-2012 гг., % [8]

Федеральная служба государственной статистики ежегодно проводит анализ покупательной способности населения. На рисунке 6 показана динамика количества сыра, которого способны купить домохозяйства при условии существующей покупательной способности их денежных доходов и отсутствии других расходов.

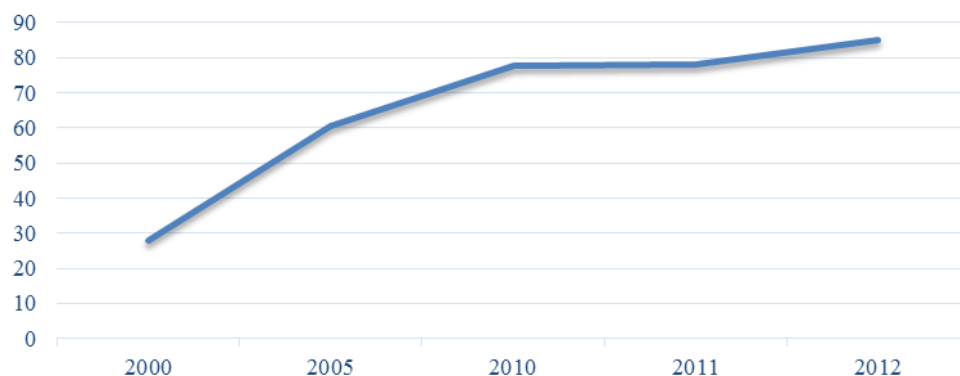


Рисунок 6 – Динамика потребления сыров сычужных твердых в России, 2005-2012 гг., кг/чел. [8].

Значительный рост покупательной способности доходов населения создает благоприятные и стимулирующие условия для развития собственного сырного производства.

В таблице 4 обобщены показатели, характеризующие розничную торговлю сырами в 2000-2012 гг.

Таблица 4 – Анализ обобщающих показателей розничной торговли сырами в России, 2000-2012 гг.

Показатели		2000 г.	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Темп роста, %		
							2012 г. к 2000 г.	2012 г. к 2005 г.	2012 г. к 2011 г.
Оборот розничной торговли сырами	в % от общего оборота	1,3	1,4	1,0	1,0	1,0	76,92	71,43	100,00
	млрд. руб.	30,58	98,58	165,12	191,0	214,0	699,8	217,1	112,0
Розничная продажа сыра	в % от продажи молочных продуктов	26,6	21,3	20,5	21,9	23,3	87,59	109,39	106,39
	в тыс. тонн	562	689	808	820	858	152,67	124,53	104,63
Индекс физического объема розничной продажи сыра		100,0	203,0	239,7	256,5	273,8	-	-	-
Индекс потребительских цен на сыр		113,6	112,0	119,9	103,4	101,1	89,00	90,27	97,78

Как показывает таблица 4, при условном сохранении уровня торговли сырами в общем обороте розничной торговли в 2010-2012 гг., стоимостное выражение показателя растет. Так, по сравнению с базовым 2000 г. в 2012 г. было продано в 7 раз больше сыра, а по сравнению с 2011 г. рост продаж составил 12,0%, что превышает средний уровень инфляции цен на потребительские товары. В натуральном выражении в 2012 г. было продано на 4,63% больше, чем в 2011 г. При этом средняя потребительская цена на сыр установилась на уровне 249,42 рублей за 1 кг, что на 1,1% превышает уровень цен 2011 г.

Рост производственной цены на сыр твердый за год составил всего 1%, в январе 2013 г. показатель по данной позиции был равен 194,8 руб./кг. Темп прироста в отношении сыра плавленого выше – 4% до 75,7 руб./кг.

За год сыр твердый подешевел только в двух округах РФ: Северо-Западном ФО – на 8% до отметки 168,4 руб./кг в январе 2013 г., и в Приволжском ФО – на 3% до 184,4 руб./кг. В Дальневосточном ФО зафиксирован максимальный темп роста – на 25% за год до отметки 300 руб./кг. В Южном ФО положительная динамика составила 6% до 194,6 руб./кг, в Уральском ФО и Сибирском ФО – 5% до 178,4 руб./кг и 217,8 руб./кг соответственно. По остальным федеральным округам – 1-3% (рисунок 7).

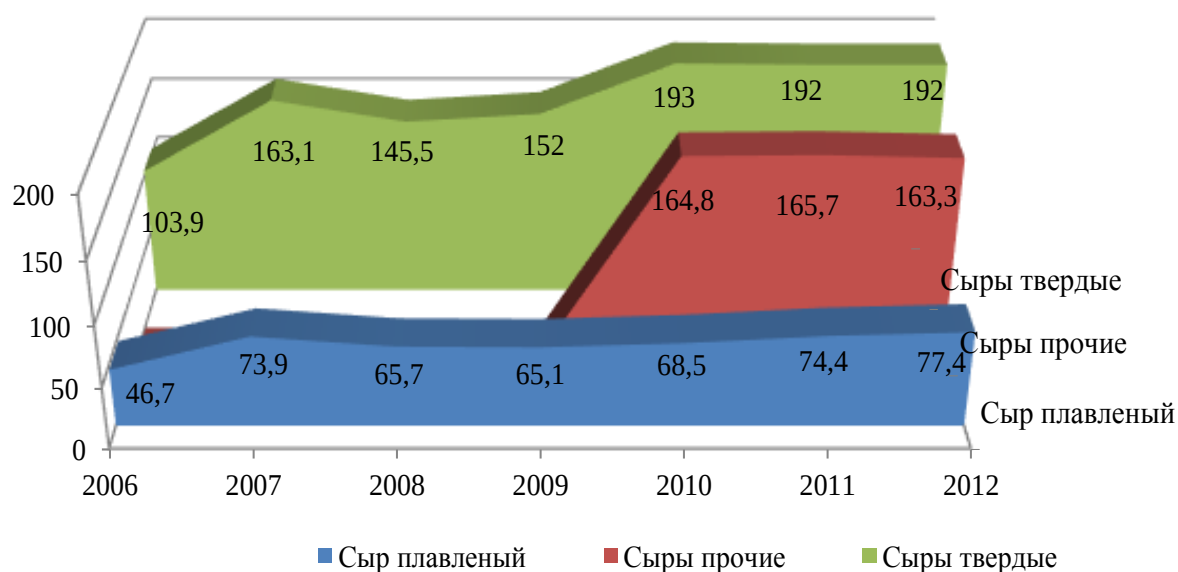


Рисунок 7 –Динамика средневзвешенной цены производителя на сыры разных видов в России в 2006-2012 гг., в руб. за 1 кг [8]

Для рыночной экономики характерно увеличение цены на товар для потребителя, так как производители и посредники закладывают ожидаемую норму прибыли и уровень издержек.

Динамика средних потребительских цен показана на рисунке 8.

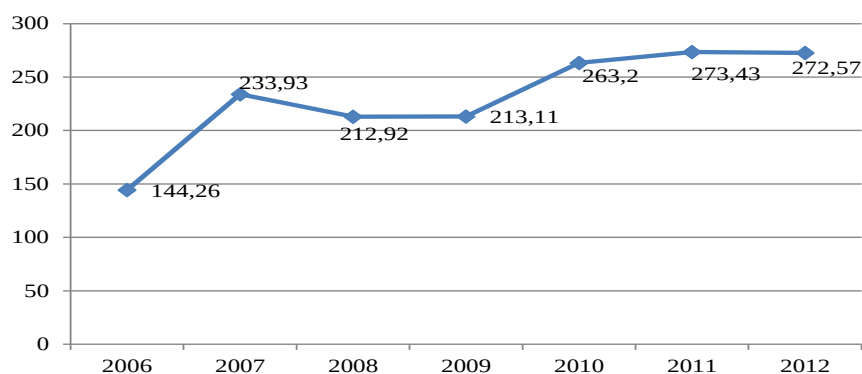


Рисунок 8 – Динамика средневзвешенной цены потребителя на сыр в России в 2006-2012 гг., в руб. за 1 кг [8]

Основу российского экспорта в страны дальнего зарубежья составляют топливно-энергетические товары, удельный вес которых в товарной структуре экспорта в эти страны составил 74,9%. Доля экспорта продовольственных товаров и сырья для их производства в товарной структуре экспорта составляет 1,8%. По сравнению с 2012 г. в 2013 г. стоимостные объемы поставок этих товаров снизились на 28,7%, а физические – на 55,1% (рисунок 9) [8].

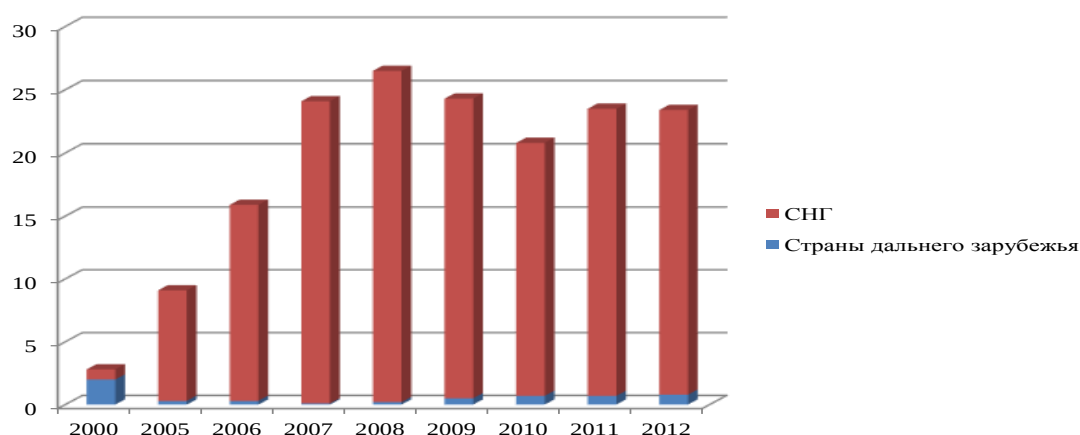


Рисунок 9 – Динамика и географическая структура экспорта сырной продукции России в 2000-2012 гг. [8]

В товарной структуре экспорта в страны СНГ доля экспорта продовольственных товаров и сырья для их производства в товарной структуре экспорта в 2013 г. составила 6,0%. По сравнению с 2012 г. стоимостные объемы поставок этих товаров увеличились на 8,5%. Физические объемы экспорта рыбы свежей и мороженой возросли на 53,6%, молока и сливок – на 46,4%. Объемы экспорта пшеницы снизились на 37,5%.

Подавляющее большинство российской сырной продукции поставляется на экспорт в страны СНГ, что может быть объяснено схожестью культурных традиции и вкусовых пристрастий потребления сыра в странах бывшего СССР и близость территорий.

Основные импортеры Российской сырной продукции – это Казахстан, Украина, Беларусь и Азербайджан. Однако за рассматриваемый период доля этих стран в российском экспорте меняется. Это показано на рисунке 10.

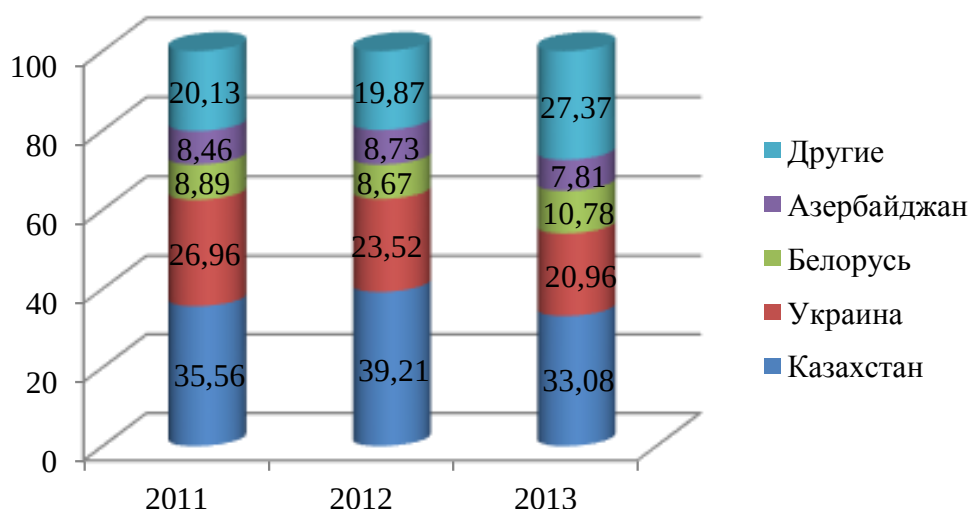


Рисунок 10 – Доля основных потребителей-импортеров сырной и творожной продукции в общем объеме экспорта данной группы, 2011-2013 гг. [8]

За рассматриваемый период наблюдается снижение доли Украины (с 27% в 2011 г. до 21% в 2013 г.) и увеличение доли других стран в российском экспорте сырной и творожной продукции.

Рассматривая структуру российского экспорта отдельных видов сырной продукции (в соответствии с ТН ВЭД России), можно отметить явное преобладание доли плавленых сыров. Из этого можно сделать вывод, что российские плавленые сыры конкурентоспособны на рынке стран-экспортеров. Также достоин внимания тот факт, что голубые сыры востребованы только на рынке Казахстана и Белоруссии, а тертые сыры – еще и в Азербайджане и Армении.

На рисунке 11 проанализирована динамика и структура российского импорта сырной продукции в 2000-2012 гг.

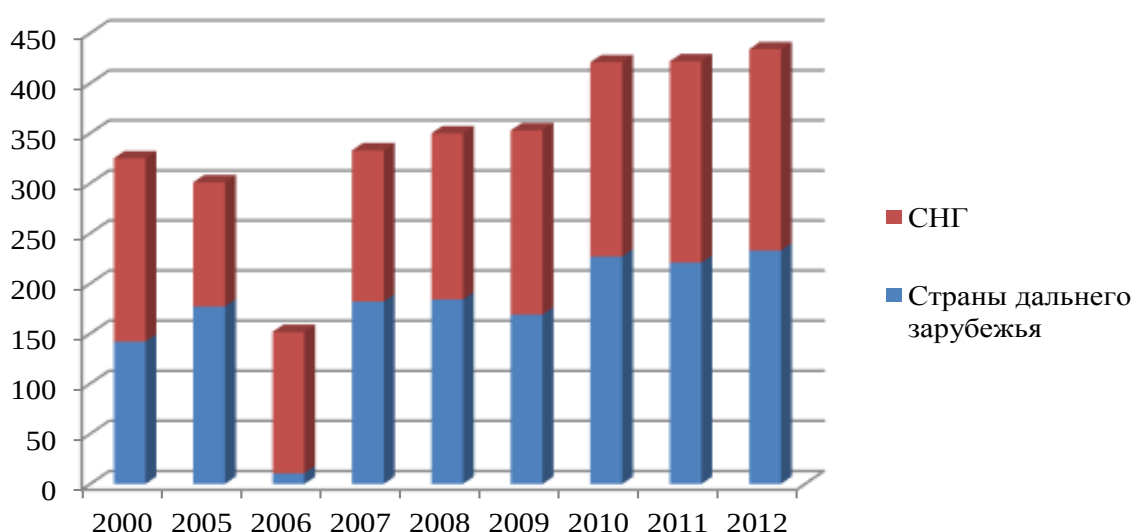


Рисунок 11 – Динамика и структура импорта сырной продукции России в 2000-2012 гг. [8]

В структуре российского импорта примерно приходится на страны дальнего зарубежья, а половина – на ближайшие страны СНГ. Доля импорта продовольственных товаров и сырья для их производства в январе-апреле 2013 г. составила 13,5% (в 2012 г. – 13,6%). Возросли физические объемы закупок сыров и творога – на 8,0%, citrusовых – на 4,5% [8].

Физические объемы закупок мяса свежего и мороженного сократились по сравнению с январем-апрелем предыдущего года на 14,9%, мяса птицы на – 11,2%, рыбы свежей и мороженной – на 6,2%.

Доля импортных сыров на российском рынке по разным оценкам варьируется от 30 до 60%, что обуславливает необходимость принятия мер государственного стимулирования сырной отрасли в России (рисунок 12).

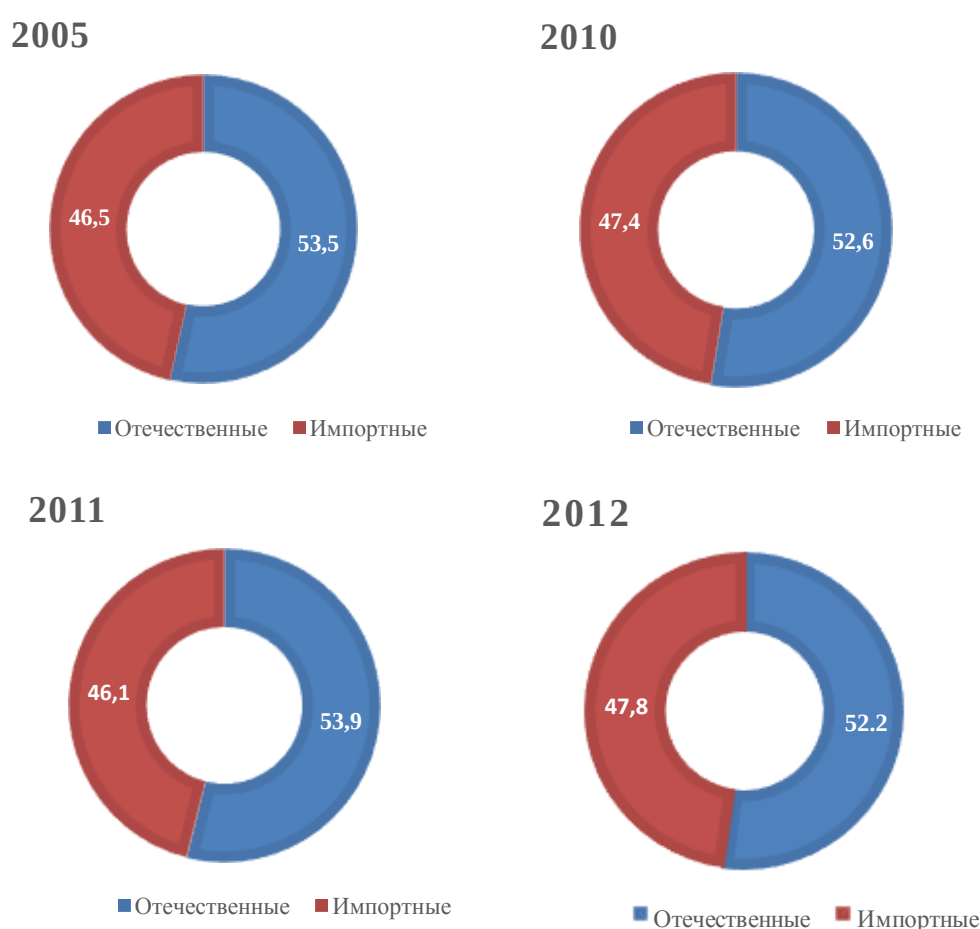


Рисунок 12 – Доля импортных сыров в общем товарообороте розничной торговли сыром, 2005-2012 гг., в % [8]

Таким образом, современное состояние рынка сыродельческой продукции России характеризуется значительным превышением объема совокупного внутреннего потребления над национальным производством, в свете чего более половины российского рынка сыров занимает импортная продукция.

Конъюнктурный анализ показал, что покупательная способность населения будет показывать устойчивый рост в ближайшие годы, что, несомненно,

вызовет рост потребления сыра.

При этом было определено, что производственные мощности сырной промышленности загружены лишь на 63%.

Основная проблема сдерживающего производства заключается в том, что отечественная сырная продукция не выдерживает конкуренции по сравнению с импортными аналогами.

Список литературы:

1. Анализ рынка сыров в России в 2006-2010 гг., прогноз на 2011-2015 гг.: аналитическое исследование BusinesStat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketpublishers.ru/lists/8104/news.html> (дата обращения: 28.04.2014).
2. Герасимов В.А. Формирование и развитие рынка сыра: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14, 08.00.05. – М., 2009. – 157 с.
3. Паниковская Ю.В. Содержание и факторы экономической конъюнктуры: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – М., 2012. – 170 с.
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 №717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70110644/> (дата обращения: 12.06.2014).
5. Рудой Е.В. Формирование и регулирование конъюнктуры регионального рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Краснообск, 2005. – 160 с.
6. Рынок сыров в России: состояние, тенденции и перспективы его развития: маркетинговый обзор CredInform. – СПб, 2010 – 144 с.
7. Фаизов Н.Ш. Формирование конъюнктуры рынка сельскохозяйственной продукции: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Уфа, 2005. – 165 с.
8. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 30.07.2014).
9. Федеральная Таможенная служба: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 30.07.2014).

Парушин Алексей Андреевич
аспирант ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
e-mail: graziani@rambler.ru

Самородова Елена Михайловна
к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: samorodova733096@mail.ru

Л.М. Марченкова

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ БАНКИ И ИХ РОЛЬ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Начало XXI века характеризовалось ускоренным развитием в мировом хозяйстве процесса глобализации. В этих условиях деятельность Транснациональных банков приобретает особую значимость. Транснациональные банки (ТНБ) выступают посредниками на мировых финансовых рынках, а также участвуют практически во всех сферах международных экономических отношений, обеспечивая движение транснационального капитала.

Ключевые слова: мировая экономика, банковский сектор, финансово-кредитная система, транснациональные банки.

Транснациональные банки играют важную роль в функционировании рыночной экономики. Эти банки способствуют экономическому, социальному и технологическому прогрессу общества, кроме того с их помощью осуществляется перелив капитала в наиболее рентабельные отрасли и страны.

Транснациональные банки (ТНБ) – это крупнейшие банковские учреждения, активно участвующие в экономическом перемещении ссудных капиталов и кредитно-финансовых услуг, благодаря сращиванию их с промышленными монополиями.

Транснациональные банки прошли несколько этапов своего становления и развития.

Первый этап развития – конец XIX - начало XX в. (до Первой мировой войны). Этот период называют этапом становления международной финансовой деятельности.

Второй этап начался с конца Первой мировой войны до начала Второй мировой войны. В периоды мировых войн мировая финансовая система характеризуется повышенной неустойчивостью, оттоками долгосрочного капитала. В тоже время между воюющими сторонами и вовсе прекращалось финансовое взаимодействие.

Третий этап начался с конца Второй мировой войны по 70-е годы XX века. Данный период характеризуется восстановлением экономик, включая банковские системы. Распад мировой колониальной системы приводит к построению новых экономических отношений с развивающимися странами, требующих формирования новых международных банковских структур.

Четвертый этап приходится на 80-90-е годы XX века. Быстрый рост транснациональных компаний (ТНК) приводит к необходимости развития широко разветвленной сети транснациональных банков для финансового обслуживания ТНК и резко увеличивающихся запросов мировых финансовых рынков.

Пятый этап развития ТНБ приходится на начало XXI века. В данный период интенсивно развиваются процессы региональной экономической интеграции проходящие в Европе, Северной и Южной Америке, Азии и Евразии, возникает необходимость глобализации всех мирохозяйственных связей с масштабным участием в них ТНК и ТНБ.

В этих условиях возникает необходимость в концентрации капитала, необходимого для обеспечения финансовыми ресурсами ТНК и других участников международного бизнеса.

К началу XXI в. Лидирующие позиции в мире стали занимать три главных региона: США, Западная Европа и Япония, в которых сконцентрировались крупнейшие транснациональные банки мира. В тоже время в этих регионах постепенно образовался ряд международных финансовых центров: в США – Нью-Йорк; в Западной Европе – Лондон (Великобритания), Париж (Франция), Цюрих (Швейцария), Люксембург, Франкфурт-на-Майне (Германия); в Японии – Токио.

Однако кроме названных финансовых центров можно выделить еще ряд международно признанных финансовых центров: в Чикаго (США), Базеле (Швейцария), Амстердаме (Нидерланды), Вене (Австрия), Гонконге (КНР), Тайване, Сингапуре, Сеуле (Республика Корея), Сиднее (Австралия), Кейптауне (ЮАР), Сан-Пауло (Бразилия), Эр-Рияде (Саудовская Аравия) и др.

В настоящее время в мире насчитывается около двадцати крупнейших финансовых центров, которые имеют более тысячи филиалов и отделений транснациональных банков. Такие банки являются основными источниками финансирования международного бизнеса. В периодических экономических изданиях регулярно публикуются списки крупнейших ТНБ мира (100 или 1000 «топ бэнкс» мира и Европы и т.д.). В настоящее время ситуация изменилась, и крупнейшими банками мира являются банки, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Крупнейшие банки мира [3, 1]

Банк	Капитал, \$ млрд.	Рентабельность капитала, %
Bank of America	159,232	-0,14
JP Morgan Chase & Co	150,384	17,79
ICBC	140,028	30,86
HSBC Holdings	139,59	15,67
Citigroup	131,874	11,11
China Construction Bank Corporation	119,135	29,19
Mitsubishi UFJ Financial Group	117,018	15,06
Wells Fargo & Co	113,952	20,46
Bank of China	111,173	24,08
Agricultural Bank of China	96,413	26,04

Как видно из таблицы 1 крупнейшим банком по уровню капитала является Bank of America. На втором месте тоже американский банк JP Morgan Chase & Co. На третьем месте китайский банк ICBC.

По данным аналитиков делового журнала TOPNEFTEGAZ рейтинг несколько иной. По итогам деятельности за 2012 год составлен рейтинг десяти самых крупных банков мира (табл. 2).

Таблица 2 – Рейтинг крупнейших банков по рыночной стоимости [4, 12]

БАНК	Страна	Рыночная стоимость, млрд. долларов
1. Industrial and Commercial Bank of China (ICBC)	Китай	245,95
2. China Construction Bank (CCB)	Китай	197,85
3. Wells Fargo	США	169,05
4. HSBC	Великобритания	157,9
5. Agricultural Bank of China (ABC)	Китай	146,73
6. JP Morgan Chase	США	143,95
7. Bank of China (BOC)	Китай	129,8
8. Itau Unibanco	Бразилия	90,17
9. Citigroup Inc.	США	87,67
10. Commonwealth Bank of Australia	Австралия	89,62

Китайские банки по итогам прошлого года сохраняют мировое лидерство в рейтинге самых «дорогих» банков. Китайский ICBC имеет самую большую в рейтинге рыночную стоимость 240,95 млрд. долларов. Кроме того, в списке представлены три банка США. Американский Wells Fargo входит в тройку крупнейших банков мира с рыночной стоимостью 161,05 млрд. долларов.

В настоящее время структура первой десятки крупнейших банков по рыночной стоимости активов представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Структура первой десятки крупнейших ТНБ мира по рыночной стоимости активов

Страна	Кол-во банков	Суммарная рыночная стоимость
Китай	4	707,33
США	3	388,67
Великобритания	1	150,9
Бразилия	1	88,17
Австралия	1	82,62
Япония	1	117,018

Из таблицы 3 и рисунка 2 видно, что в настоящее время на мировом рынке в первой десятке крупнейших банков лидирует Китай, который представлен четырьмя банками. Банки США в первой десятке занимают три позиции. По одной позиции у Великобритании, Бразилии и Австралии.

На первый квартал 2013 г. можно заметить, что по-прежнему сохраняют мировое лидерство в рейтинге самых «дорогих» банков мира 2 крупнейших китайских банка. Стоимость китайского банка ICBC за 2012 г. уменьшилась почти

на 6 млрд. долларов, однако это не помешало ему в очередной раз возглавить рейтинг крупнейших банков мира. Третье место среди лидеров занимает американская компания Wells Fargo совокупная стоимость активов которой оценивается в 1,4 трлн. долларов. Рыночная капитализация Wells Fargo за год увеличилась на 35 млрд. долларов.

Если рассматривать 50 крупнейших банков, то в этот список вошли 13 североамериканских, 5 британских, 5 китайских, 5 канадских, 3 австралийских, 3 японских, 3 бразильских, 2 испанских, 2 швейцарских, 2 индийских, 1 французский, 1 шведский, 1 немецкий, 1 голландский, 1 итальянский, 1 российский и 1 чилийский (таблица 4). Суммарная капитализация 50-ти крупнейших банков мира по состоянию на март 2013 г. составила 3,6 трлн. долларов.

Таблица 4 – Крупнейшие банки мира на 1 квартал 2013 г.

№ Компании	Страна	Рыночная капитализация, US\$ млрд
1	2	3
1. Industrial and Commercial Bank of China	Китай	235,23
2. China Construction Bank	Китай	204,28
3. Wells Fargo	США	196,39
4. HSBC Holdings	Великобритания	195,72
5. JP Morgan Chase	США	185,65
6. Agricultural Bank of China	Китай	150,48
7. Citigroup Inc.	США	136,23
8. Bank of America (BoA)	США	132,66
9. Commonwealth Bank of Australia	Австралия	115,26
10. Westpac	Австралия	99,84
11. Royal Bank of Canada	Канада	87,47
12. Mitsubishi UFJ Financial Group (MUFG)	Япония	84,72
13. ANZ Banking Group	Австралия	81,82
14. Itau Unibanco Holding	Бразилия	80,32
15. Toronto-Dominion Bank	Канада	76,65
16. Banco Santander	Испания	71,20
17. Goldman Sachs	США	70,40
18. Sberbank of Russia	Россия	68,97
19. Bank of Nova Scotia	Канада	68,86
20. Banco Bradesco	Бразилия	68,50
21. BNP Paribas	Франция	64,46
22. U.S. Bancorp	США	62,76
23. Standard Chartered	Великобритания	62,33
24. UBS	Швейцария	59,83
25. Sumitomo Mitsui Financial Group	Япония	58,23
26. Bank of Communications	Китай	57,98
27. Barclays	Великобритания	56,47
28. Mizuho Financial Group	Япония	53,71
29. Lloyds Banking Group	Великобритания	52,23

Продолжение таблицы 4

1	2	3
30. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	Испания	51,24
31. China Merchants Bank	Китай	44,95
32. Nordea Bank	Швеция	44,50
33. Morgan Stanley	США	43,79
34. Bank of Montreal	Канада	40,66
35. Banco do Brasil	Бразилия	38,99
36. Deutsche Bank	Германия	36,33
37. Credit Suisse Group	Швейцария	35,90
38. PNC Financial Services Group	США	35,02
39. Bank of New York Mellon	США	33,04
40. Canadian Imperial Bank of Commerce	Канада	32,17
41. Capital One	США	31,47
42. ING Group	Нидерланды	29,20
43. HDFC Bank	Индия	28,55
44. State Street Corporation	США	27,78
45. Royal Bank of Scotland Group	Великобритания	26,65
46. UniCredit	Италия	24,72
47. ICICI Bank	Индия	23,32
48. SunTrust Banks	США	15,21
49. Fifth Third Bancorp	США	14,35
50. Banco de Chile	Чили	14,30

Таким образом, следует отметить, что важную роль в международной экономике настоящего времени играют не только американские банки, а значительно усилилась роль китайских банков. Развитие экономики Китая демонстрирует колоссальные темпы, что усиливает влияние банков Китая.

Международная деятельность ТНБ за долгие годы приобрела ряд характерных особенностей:

- посредником между инвесторами, заимствующими капитал для осуществления международного бизнеса и владельцами финансовых ресурсов являются Транснациональные банки;
- каналы движения финансовых ресурсов от их владельцев к их заемщикам определяют и развивают ТНБ;
- ТНБ являются универсальным финансовым звеном в осуществлении крупно масштабных международных платежей, в привлечении свободных денежных средств и их размещении на международных финансовых рынках на условиях возврата, соблюдения сроков и ставок оплаты;
- ТНБ это основной источник крупных объемов международных инвестиционных средств с высокой степенью их надежности как с точки зрения их происхождения, так и предоставления.

В настоящее время транснациональные банки характеризуются расширением и развитием процесса глобализации хозяйственных связей большинства стран мира.

ТНБ в отличие от национальных банков имеют собственную, созданную ими разветвленную международную банковскую сеть. Такая сеть позволяет им оперативно реагировать на запросы клиентов в лице ТНК и менее крупных инвесторов (вплоть до фирм малого бизнеса), удовлетворяя их потребности в финансовых ресурсах для эффективного ведения международного бизнеса [8, 13].

Развитие межгосударственного регулирования мирохозяйственных связей и усиление процессов глобализации хозяйственной жизни, способствовали созданию соответствующих международных организаций и разработки единых принципов функционирования мировых валютной и кредитной систем. Таким образом, созданы многочисленные международные организации, которые и осуществляют регулирование международных валютно-кредитных и финансовых отношений, дают странам рекомендации по валютной и кредитно-финансовой политике, выдают кредиты и др.

Международные финансовые организации создаются на основе межгосударственных (международных) соглашений в сфере международных финансов и кредита. Участниками соглашений могут выступать государства и негосударственные институты [6, 270].

Одним из наиболее актуальных вопросов, связанных с государственным регулированием банковской деятельности, является необходимость создания кредитных организаций. Законодательство предъявляет определенные требования к учредителям кредитной организации и предоставляемым ими документам. Учредителями кредитной организации могут быть как российские, так и иностранные граждане и юридические лица.

Юридические лица учредители банка сохраняют самостоятельность и права юридического лица. Учредители паевого банка не имеют права выходить из состава участников банка в течение первых трех лет со дня его регистрации (т.е. полностью или частично изымать свою долю из уставного капитала банка).

На практике учредителями средних и малых банков в основном являются юридические, а не физические лица. Это связано с требованиями, предъявляемыми Банком России к минимальному размеру величины уставного капитала при создании кредитной организации. Минимальный размер уставного капитала создаваемого банка не должен быть менее 180 миллионов рублей [2, 160].

Регулирование деятельности ТНБ в мировой экономике осуществляется на трех уровнях: международном, национальном и путем саморегулирования.

Самым главным и определяющим является национальный уровень, поскольку, как и в регулировании любого другого международного бизнеса, межгосударственные соглашения – многосторонние, двусторонние, в рамках международных организаций и интеграционных группировок по линии министерств финансов, центральных банков и т.д. – направлены лишь на унификацию или гармонизацию, на приближение норм и правил национального учета, регулирования, либерализацию деятельности таких банков и регламентацию требований к ним в разных странах. Уровень саморегулирования основывается на внутренних положениях, процедурах и правилах каждого конкретного банка, нацелено на реализацию международной стратегии банка [8, 55].

Банковский сектор регламентируется государством, которое не может допустить абсолютно независимой банковской деятельности, при которой банковские кризисы могут являться причиной экономических кризисов. Таким образом, банковский сектор развивается в условиях рыночной конкуренции, но под строгим надзором государства.

Основным проявлением государственного надзора является банковская регламентация, которая обязательна для всех кредитных учреждений и призвана обеспечить профилактику кризисных явлений и безопасность банковской системы.

Деятельность коммерческих банков регулируется законодательными актами о банках и банковской деятельности. Законодательство четко определяет понятие «банк» и сферы его деятельности (сегментированная банковская система).

Так, например, в США начале XX в. и Японии банковские операции по приему депозитов и выдаче краткосрочных кредитов были законодательно отделены от операций по выпуску и размещению ценных бумаг, страхования, сделок с недвижимостью.

В ряде развитых стран, например Швейцарии, Великобритании, Германии и других странах ЕС закон не ограничивает виды операций и сфер предоставления банковских продуктов и услуг (универсальный подход). В нем нет определения понятия «банк», а имеет место определение принадлежности «предприятия» особого рода к банку по функциям выполняемым им.

В Банковской Регламентации № 2 Дойче Бундес Банка (Deutsche Bundesbank Banking Act, Banking Regulations 2) имеется перечень направлений банковской и финансовой деятельности, исполнение которой и определяет принадлежность различных структур к банкам, финансовым компаниям, финансово-промышленным холдингам.

Высокая степень самоконтроля и ответственности финансово-кредитных институтов играет существенную роль в организации деятельности коммерческих банков указанных стран.

Во Франции, банк рассматривается как кредитный институт, статус и деятельность которого определяется Законом о деятельности банков и банковском надзоре от 24 января 1984 г. с многочисленными изменениями и дополнениями с учетом текущего момента, т.е. специальным законодательным актом. Данный закон содержит определения банковской деятельности и классификация кредитных учреждений, определяются условия осуществления банковской деятельности. Кроме того выделяются несколько форм, на которые банки обладают монополией: банковские операции – сущность финансового посредничества – размещение депозитов (и их использование с учетом возврата), предоставление кредитов в наличной и безналичной форме (включая лизинг), предоставление клиентам платежных средств и управление ими.

В тексте закона дан перечень сопутствующих банковских операций: финансовый инжиниринг, операции с валютой, ценными бумагами, драгоценными металлами, монетами, консалтинг.

Если рассматривать Французские банки, то они имеют возможность осуществлять сопутствующую деятельность – страхование и туристическая деятельность. Однако специальный Комитет по банковскому контролю устанавливает лимит сопутствующей деятельности: прибыли от сопутствующих операций не должна превышать 10% размера чистого дохода банка. Кроме того, французские банки имеют возможность участвовать в капитале предприятий при условии соблюдения установленных экономических нормативов.

Любая страна, имеющая хорошо развитую банковскую систему, имеет значительный рост валового внутреннего продукта, кроме того банковская система обеспечивает поддержку международного сотрудничества и интегрирования субъектов хозяйствования.

В настоящее время большинство центральных банков мира обладает независимым статусом, они уполномочены регулировать деятельность национальных финансовых и кредитных институтов. Как правило, эти банки не входят в структуру органов государственной власти, вмешательство в их деятельность недопустимо. Они наделены правом самостоятельно определять политику в денежно – кредитной сфере и принимать решения без консультаций, с какими – либо иными государственными органами [13, 102].

Вопросы регулирования банковской деятельности, в том числе функционирование транснациональных банков занимает большое место в государственной политике различных стран. Разработана система жестких правил деятельности, которые должны соблюдать международные банки, оперирующие в различных странах. Данные правила регулируют банковские операции, регламентируют предлагаемые банковские услуги, качество и размеры кредитов, объем собственного капитала, способов его расширения.

Поскольку транснациональные банки имеют разветвленную сеть филиалов по всему миру и носят международный характер деятельности то в любой стране, где уже существует филиал, или где транснациональный банк собирается его открыть, существуют свои особенности регулирования и надзора за деятельностью таких банков. ТНБ тщательным образом изучают эти особенности для оценки внешних факторов в стране и имеет огромное влияние на дальнейшие действия банка.

Поскольку кредитные организации несут значительный риск в результате своей деятельности, то их деятельность регулируется соответствующими законами, нормами, регламентирующие различные аспекты банковской практики. Так, например, в Германии осуществляется жесткий контроль за банковскими учреждениями и их филиалами, и если банк развивается не эффективно, то и наличие филиалов у него минимально. Надзорные органы разрешают открывать филиалы лишь в том случае, если, по их мнению, банк располагает достаточным капиталом и квалифицированными руководящими кадрами, способными обеспечить нормальную работу создаваемых подразделений. Контроль и надзор за деятельностью зарубежных филиалов банков позволяют в определенной степени не допускать оттока средств за рубеж и уменьшают банкам возможность обходить установленный порядок ведения валютных операций. Если

банк не обладает необходимыми финансовыми ресурсами или соответствующими управляющими кадрами, надзорные органы могут не допустить расширения филиальной сети банка.

Банк Италии может выдавать разрешение на банковские слияния, которые очень часто используются в практике транснациональных банков с другими организациями с учетом финансового состояния каждого банка, участвующего в данном процессе, оценки уровня достаточности капитала банка после объединения, перспектив получения доходов, возможностей эффективного управления и вероятного воздействия влияния на конкуренцию в банковской сфере, а также при условии соответствия антимонопольным законам.

Центральным звеном в системе надзора за деятельностью банков большинства стран является документарный надзор. Его главная задача состоит в том, чтобы посредством постоянного контроля обнаружить на ранней стадии возникновение проблем в банке, развитие которых может вызвать неплатежеспособность и банкротство банка, и принять меры по преодолению выявленных негативных явлений и тенденций.

Каждая страна имеет свои особенности в получении первичной информации о состоянии банков и данные особенности должны обязательно учитываться при разработке какой-либо стратегии транснациональным банком.

Например, в Англии, надзорные органы получают от банков годовые балансы, заверенные внешними аудиторами, и отчеты о некоторых видах операций немедленно по их совершению.

Во многих странах для осуществления текущего контроля за деятельностью банков осуществляется проверка их ежемесячных отчетов о платежеспособности, ликвидности и т.д. Кроме того, по итогам года представляется годовые балансы и отчет о прибылях и убытках. В сферу деятельности Федерального ведомства по надзору за кредитными организациями входит проверка любой информации, включая бухгалтерские книги и документацию.

Если взять, например Италию, то здесь коммерческие банки направляют в органы надзора ежемесячно баланс в сокращенной форме, а ежеквартально – отчет о депозитах и ссудах, кроме этого проверяется годовой баланс и отчет о прибылях и убытках. В Италии активно применяют схему автоматизированных финансовых отчетов.

В Нидерландах банки ежемесячно подают отчетность о своей платежеспособности, ликвидности, задолженности по странам, открытой валютной позиции, просроченным кредитам и резервным отчислениям. Также органы надзора получают и годовую отчетность с расчетами коэффициентов за год, заверенные внешними аудиторами, которые также ежегодно должны удостоверить и одни из ежемесячных отчетов. Во Франции незаверенные внешними аудиторами отчеты представляются банком на дискетах раз в квартал. Основная отчетность подается раз в полгода (баланс, отчет о прибылях и убытках). Сокращенные балансы пересылаются ежемесячно, регулярно подаются сведения из анкет, например, об общей сумме сомнительных внутренних и зарубежных кредитов, созданных резервных фондах. В США, где существует очень

жесткий банковский контроль, банки ежеквартально предоставляют полные отчеты о своем финансовом положении и доходах.

В мире выделяют два подхода к банковскому надзору. В первом подходе выделяются органы надзора с достаточными полномочиями и ресурсами. Во втором подходе предполагается, что сами участники финансового рынка – вкладчики, кредиторы и акционеры получив достаточно полную информацию о банках – смогут выбирать банки, лучше других ведущие дела. Необходимо заметить, что второй подход применяется только в Новой Зеландии, где, начиная с 1996 года, банковский надзор осуществляется путем публикации информации. Ежеквартально банки обязаны публиковать информацию по упрощенной форме для вкладчиков и подробную для аналитиков. Так как в остальных странах мира реализован первый подход, то надзорные органы должны обладать достаточно широкими полномочиями. Они должны иметь право запрашивать у кредитной организации необходимую информацию о ее деятельности и т. п.

Банковский надзор включает в себя следующие этапы:

- лицензирование,
- проверка отчетности,
- инспектирование на местах,
- контроль за соблюдением банками требований надзорных органов.

Первый этап банковского надзора – лицензирование. Главной задачей лицензирования является запрещение совершения банковских операций тем юридическим лицам, которые не имеют разрешение на их проведение от уполномоченного органа.

Лицензия включает в себе следующие положения: о сроках ее действия, условиях их продления, возможности внесения в нее поправок или ее аннулирования. Законом допускается аннулирование лицензии, если учреждаемый банк не в состоянии начать операции по истечении определенного срока, если в своей деятельности, он выходит за рамки лицензии или не выполняет содержащихся в ней условий, нарушают законы или нормативные акты, что наносит ущерб интересам кредиторов и вкладчиков.

Документарный надзор – это второй этап надзорной деятельности. Он проводится, чтобы посредством постоянного контроля обнаружить на ранней стадии возникновения проблемы в банке, обострение которых может вызвать неплатежеспособность и банкротство банка.

Инспектирование на местах проводится для формирования достаточного представления о положении банка. Частота проведения проверок, их объем зависят от степени доверия надзорных органов к кредитным учреждениям.

Завершающий этап надзора за банками – контроль за соблюдением ими в строго определенных сроки предписаний органов надзора по устранению обнаруженных недостатков.

Центральные банки осуществляют надзор за соблюдением кредитными учреждениями норм банковской деятельности.

Можно выделить ряд стран, где надзорная деятельность осуществляется исключительно центральным банком. К таким странам относятся: Австралия,

Исландия, Испания, Ирландия, Нидерланды, Новая Зеландия, Португалия. Однако, например, в Дании эти функции сосредоточены в специальных государственных ведомствах это – Управление финансового надзора при министерстве промышленности, а в Канаде – Бюро надзора за финансовыми учреждениями, в Англии – Ведомство по финансовым услугам.

Центральный банк в большинстве стран занимается контролем коммерческих банков совместно с другими органами, например совместно с Министерством Финансов и Банковской комиссией, либо совместно с Валютным комитетом.

Таким образом, в своей деятельности ТНБ проявляет международный подход к формированию и развитию своей транснациональной сети филиалов, отделений и представительств с единым центром принятия решений в стране базирования головного банка.

У ТНБ имеется обширная сеть зарубежных подразделений. Особое значение приобретает создание зарубежных отделений ТНБ в так называемых налоговых гаванях с целью сокрытия прибылей от налогообложения и сделок, запрещенных законом.

ТНБ преимущественно занимаются организацией капиталообмена. Депозитная база их диверсифицирована по кругу вкладчиков, географии и объемам накоплений ссудного капитала.

Для ТНБ характерен «многовалютный» аспект управления депозитами, что позволяет им в зависимости от состояния международного рынка варьировать объемы своих депозитов, выраженных в разных валютах. Расширение зарубежной депозитной базы ТНБ стимулирует международную миграцию капиталов. Транснациональные банки оперируют в основном на международном денежном рынке или рынке евровалюты. Евровалюта — это требование (срочный депозит) в валюте, принадлежащее банку, не относящемуся к стране, которая эмитировала эту валюту. Для международного банка евровалюта — это срочный депозит от поставщика средств, находящегося в иной стране, чем эмитировавшая валюту страна.

Список литературы:

1. Владимирова И.Г. Роль и место транснациональных корпораций в современной экономике // Менеджмент в России и за рубежом. – 1998. – №2. – С. 23-34.
2. Жарковская Е.П. Банковское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит». – 8-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2011. – 479 с.
3. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент банка: учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 399 с.
4. Международные финансы: учебник. Ч. 1 / Под ред. И.З. Ярыгина и др. – М.: Прометей, 2011. – 130 с.
5. Международные экономические отношения: учебник / Под ред. В.Е. Рыбалкина. – 6-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 256 с.
6. Астанович А.З., Белянова Е.В., Мягков Е.Г. Международный опыт ре-

структуризации банковских систем. – М.: Бюро экономического анализа, 1998.

7. Мир на рубеже тысячелетий (прогноз развития мировой экономики до 2015 г.) / Под ред. В.А. Мартынова и А.А. Дынкина. – М.: Новый век, 2001. – 145 с.

8. Мировая экономика: учебник / Под ред. А.С. Булатова. – М.: Экономистъ, 2003. – 253 с.

9. Мировая экономика: Глобальные тенденции за 100 лет / Под ред. И.С. Королева. – М.: Экономистъ, 2003. – 325 с.

Марченкова Лилия Михайловна

*к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: marchenkova.lilya@yandex.ru*

УДК 338.5:339.5

А.А. Мандрик

МИРОВЫЕ ЦЕНЫ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

В настоящее время на мировом рынке сложилась определенная структура цен, определяемая и поддерживаемая крупными фирмами-производителями и экспортерами товаров в отраслях, в то время как мелкие и средние компании предпочитают использовать взвешенную ценовую политику «следования за лидером». Мировая цена, как экономическая категория, является результатом экономического взаимодействия спроса и предложения на мировом рынке, выраженным в твердой валюте.

Ключевые слова: ценообразование, мировая цена, мировой рынок, импорт, экспорт, международная торговля.

Цены товаров, обращающихся на сложившихся мировых рынках, характеризуются рядом особенностей, во-первых, тем, что мировая цена отклоняется от внутренних цен. Цены мирового рынка базируются на интернациональной стоимости, формируемой ведущими странами-экспортерами. Внутренние цены основываются на национальной стоимости и отражают затраты национальных производителей. Как правило, мировая цена ниже внутренней. Разрыв между ними может составлять более 30%, при этом на готовые товары он значительно больше, чем на сырьевые, что связано с более высоким уровнем тарифных и нетарифных барьеров при ввозе готовой продукции. Таким образом, внутренняя цена в большинстве случаев не предопределяет окончательно уровня мировой цены. Переход от внутренних цен к мировым состоит, как правило, из целой цепочки доплат, налагающихся при импорте на мировые цены (пошлины, ком-

пенсационные сборы) или «отслаивающихся» при экспорте от внутренних цен (налоговые, амортизационные, транспортные и другие льготы, субсидии). Второй особенностью мировых цен является их множественность, то есть наличие нескольких рядов цен на один и тот же товар. Множественность мировых цен обусловлена различным качеством товара, разными условиями поставки, характером торговой сделки, сроками поставки, упаковкой. Третьей особенностью мировых цен является их быстрое старение, отражающее сдвиги в конъюнктуре товарных рынков. Так, на подвижные биржевые товары цены в течение дня колеблются иногда в пределах 100% и более.

При анализе процессов, связанных с ценообразованием на мировых товарных рынках необходимо внимательное изучение всех факторов, оказывающих влияние на формирование цен, как общего порядка, так и чисто прикладных. От цен зависит, какие издержки производителей будут возмещены после продажи товара, какие нет, каков уровень доходов, прибыли и куда будут, и будут ли в дальнейшем направлены ресурсы, возникнут ли стимулы для дальнейшего расширения внешнеэкономической деятельности.

Так, летом 2014 года правительство России ввело ограничения на поставки продовольственной продукции из ряда западных стран. Было проделано немало исследований, связанных с тем, как изменилась структура импорта и маршруты доставки продовольственной продукции в Россию и почему продукты, купленные по более низким закупочным ценам, в рознице оказываются дороже.

Исключение основных стран-экспортёров, к которым принадлежали страны ЕС и Австралия, приводит к стабилизации цен и в некоторых случаях к снижению стоимости продукции. К примеру, стоимость молочной продукции новых импортёров в ряде случаев значительно ниже стоимости продукции, произведённой в странах, попавших под антисанкции. В 2015 году на полках российских супермаркетов не будет сыра с плесенью. Его производят только в тех странах, откуда ввозить продукты запрещено.

Практически половину импортируемого в Россию мяса обеспечивали США, ЕС, Австралия и Канада. Теперь эти объёмы разделили между собой другие поставщики, которые сохранили торговые отношения с Россией, – Бразилия, Республика Беларусь, Парагвай, Аргентина и Уругвай. В отличие от ситуации с молочной продукцией, такое замещение может негативно сказаться на ценах на мясо: при сопоставимых объёмах поставок стоимость продукции из стран, не попавших под запрет, выше.

Изменилась и структура импорта фруктов. Страны Евросоюза в этом сегменте занимали первое место и обеспечивали почти 37% общего объёма импорта (2,24 миллиона тонн). Стоимость одной тонны фруктов, привезённых из Эквадора, Турции, Египта, Марокко и Аргентины, в среднем в два раза ниже средней стоимости тонны фруктов из ЕС, США, Австралии и Украины (около 900 и двух тысяч долларов соответственно).

Похожая ситуация с овощами. Основным поставщиком был Евросоюз, он обеспечивал примерно 39% импорта. Средняя стоимость тонны овощей, им-

портируемых из ЕС, США, Канады и Австралии, более чем в три раза выше, чем средняя цена тонны овощей из других стран (Турция, Египет, Китай, Израиль и Азербайджан).

Исследование показало, что средняя стоимость некоторых категорий продуктов, которые импортировались из стран, попавших в список правительства, значительно выше, чем стоимость продуктов из других стран. Однако замещение дорогих продуктов дешёвыми не привело к снижению цен на продукты в рознице: выросли издержки на логистику. В других категориях произошло замещение более дешёвых продуктов более дорогими.

Большая часть логистических издержек (расходы на транспортировку продуктов, плата за использование логистической инфраструктуры, оформление необходимых документов и так далее) номинируется в валюте, поэтому транспортная составляющая и активная работа спекулянтов на рынке перевозок внесли наибольший вклад в повышение цен на продукты в рознице. Только за третий квартал текущего года компании-импортёры переплатили посредникам больше миллиарда долларов.

Интересно, что по данным Россельхознадзора, Белоруссия продолжает пропускать в Россию овощи и фрукты из Европы, поставки которых в Россию запрещены с 7 августа 2014 г. Грузовики ввозят в Белоруссию запрещённую продукцию из ЕС, в тот же день проходят белорусскую таможенную, получают реэкспортные фитосанитарные сертификаты Главной государственной инспекции по семеноводству, карантину и защите растений Белоруссии, а затем направляются в Россию. «При этом Белоруссия, являющаяся страной, которая осуществляет контроль на границе Евразийского экономического союза с Евросоюзом, не принимает меры по предотвращению нелегального ввоза подкарантинной продукции в РФ и грубо нарушает требования Международного стандарта по фитосанитарным мерам по установлению аутентичности груза и экспертизе фитосанитарных документов», – отмечает Россельхознадзор.

На данный момент уже отмечено 58 случаев, когда израильская, турецкая и чилийская национальные организации по карантину и защите растений официально подтвердили подделку своих фитосанитарных сертификатов, поступивших из Литвы, Чехии и Болгарии через Белоруссию в Россию. Вопросы Россельхознадзора к Белоруссии по поводу контроля грузов обсуждают представители двух стран, но решение не найдено, Белоруссия по-прежнему нарушает правила.

Очевидно, что сокращение импортных поставок еды успели ощутить большинство россиян: только по данным Росстата, рост цен на продовольственные товары в 2014 году составил 15,4%. За январь 2015-го – еще на 5,7%. В целом в 2014 году поставки продовольствия (без учета сельхозсырья) в стоимостном выражении сократились на 9% (с \$39 млрд до \$35,4 млрд), а в весе – на 7%. Основной удар ожидаемо пришелся на подпавшие под антисанкции продукты: если поставки незапрещённой еды сократились всего на 5%, то санкционной – на 13%. В четвертом квартале 2014 года падение импорта продовольствия было еще более драматичным и составило 24,6% (с \$11,7 млрд до

\$8,8 млрд), при этом падение в категории санкционных продуктов составило 30,6% (с \$6,3 млрд в четвертом квартале 2013 года до \$4,4 млрд в четвертом квартале 2014 года). При этом нескольким странам – прежде всего Бразилии, Чили и Сербии – удалось заработать на российском эмбарго, хотя полностью возместить падение импорта с других направлений они не смогли.

Список литературы:

1. Бахрамов Ю.М., Глухов В.В. Организация внешнеэкономической деятельности: учеб. пособие. – СПб.: ЛАНЬ, 2013. – 448 с.
2. Внешняя торговля РФ, платежный баланс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/fttrade/.
3. Голоктионова Ю.Г., Комиссарова Е.А., Лисичкина Н.В. Системный анализ и проблемы принятия решений // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 107-115.
4. Егорова Т.Н., Шманев С.В. Предпринимательская деятельность и связанные с ней риски (системно-синергетический подход) // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №2 (20). – С. 8-16.
5. Жучков А.А., Беликов Р.П. Маркетинговая оценка обеспеченности населения пищевыми продуктами, обогащенными йодом // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №2 (24). – С. 6-11.
6. Комиссарова Е.А., Голоктионова Ю.Г. Исследование динамики потребительских цен в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №4 (18). – С. 93-98.
7. Комиссарова Е.А., Голоктионова Ю.Г. О динамике экономической конъюнктуры в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1 (5). – С. 354-359.
8. Лисичкина Н.В. Инвестиционная политика государства и проблемы экономического развития промышленности // Транспортное дело России. – 2013. – №4. – С. 14-15.
9. Лыгина Н.И., Паршутин И.Г. Потенциал конкурентоспособности промышленных предприятий России в условиях глобализации мировой экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №4 (18). – С. 51-59.
10. Паршутин И.Г. Национально-государственные экономические системы: институциональный аспект глобализации // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №1 (11). – С. 21-24.
11. Салимжанов И.К. Ценообразование: учебник для ВУЗов. – М.: КноРус, 2011. – 304 с.
12. Сельское хозяйство, агропромышленный и рыбохозяйственный комплекс РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/govworks/40/events/>.
13. Смирнова Н.А., Лисичкина Н.В., Пьянова Н.В. Оценка эффективности системы ценообразования коммерческой организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (9). – С. 290-296.
14. Соболева Ю.П., Арманшина Г.Р. Квазиинтеграция и её роль в разви-

тии инновационной экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №4 (22). – С. 137-143.

15. Торговые отношения и торговые партнеры России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advantour.com/rus/russia/economy/trade.htm>.

Мандрик Алина Александровна

*студентка 2 курса финансово-экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: mega_mandarin@mail.ru*

Научный руководитель

Лисичкина Наталия Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: rio-ogiet@mail.ru*

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

Журнал «Экономическая среда» выпускается с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации. В журнале публикуются результаты исследований ученых по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством, бухгалтерскому учету, статистике и т.д.

Журнал адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по экономическим направлениям науки.

Требования к статьям:

Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

Статьи студентов, магистрантов, соискателей и аспирантов должны сопровождаться рекомендацией за подписью научного руководителя (преподавателя) или заведующего кафедрой.

Представляя текст работы для публикации в журнале, автор гарантирует правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений.

Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования, поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

Плагиатом считается умышленное присвоение авторства чужого произведения науки, мыслей, искусства или изобретения. Плагиат может быть нарушением авторско-правового законодательства и патентного законодательства и в качестве таковых может повлечь за собой юридическую ответственность автора. Автор гарантирует наличие у него исключительных прав на использование переданного редакции материала.

В случае нарушения данной гарантии и предъявления в связи с этим пре-

тензий к редакции Автор самостоятельно и за свой счет обязуется урегулировать все претензии. Редакция не несет ответственности перед третьими лицами за нарушение данных автором гарантий.

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам.

Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

Редакция принимает материалы только в электронном виде (по электронной почте: economicsreda@mail.ru).

Требования к оформлению статей приведены на сайте ВУЗа:

- в разделе Инфраструктура ВУЗа → РИО → «Экономическая среда»
- по адресу: http://www.orelgiet.ru/econom_public.php

1. Материал должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word в форматах doc, docx или rtf. Формат страницы – А4, ориентация страницы – книжная. Межстрочный интервал - одинарный; абзацный отступ – 1,25 см.; все поля – по 20 мм. Текст должен быть выровнен по ширине. Обязателен автоматический перенос слов. Шрифт TimesNewRoman - 14 пт., обычный. Текст не должен содержать подчеркиваний, выделения курсивом или полужирным шрифтом, за исключением случаев, оговоренных в пп.2, 3. Не допускается вставка разрыва страниц, разрыва разделов, деление текста на колонки и иное дополнительное форматирование. Обязательны ссылки на рисунки, таблицы и использованные источники в тексте.

2. Статья должна содержать Ф.И.О. автора (авторов), наименование (заголовки), аннотацию, ключевые слова, текст статьи, список литературы, контактные данные автора (авторов). Пример оформления:

УДК (по левому краю, полужирным)

«пустая строка»

И.О. Фамилия (по центру, полужирным)

«пустая строка»

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (по центру, полужирным, все прописные, без переносов) НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ СЛИШКОМ ДЛИННЫМ, НО

ПОЛНОСТЬЮ ДОЛЖНО ОТВЕЧАТЬ СОДЕРЖАНИЮ СТАТЬИ

«пустая строка»

Аннотация, до 500 знаков с пробелами (по ширине, с абзаца, курсивом)

«пустая строка»

Ключевые слова: 5-15 ключевых слов (по ширине, с абзаца, курсивом)

«пустая строка»

Материалы статьи (по ширине, с абзаца, включают авторский текст, цитаты, формулы, таблицы, рисунки, и т.п.)

«пустая строка»

Список литературы: (по центру).

Далее с абзаца приводится в алфавитном порядке нумерованный список использованных источников литературы.

«пустая строка»

Фамилия Имя Отчество (по правому краю, полужирным курсивом)

ученое звание, должность, название кафедры – для преподавателей

или курс и факультет – для студентов (по правому краю, курсивом)

наименование ВУЗа (по правому краю, курсивом)

e-mail, контактный телефон (по правому краю, курсивом)

Если авторов двое и более, приводятся контактные данные всех авторов в том же порядке, в котором авторы указаны в заголовке статьи.

Если статья написана студентом, магистрантом, соискателем или аспирантом под руководством преподавателя (не в соавторстве), то после сведений об авторе (авторах) через пустую строку приводятся контактные данные научного руководителя:

«пустая строка»

Научный руководитель:

Фамилия Имя Отчество (по правому краю, полужирным курсивом)

ученое звание, должность, название кафедры (по правому краю, курсивом)

наименование ВУЗа (по правому краю, курсивом)

e-mail, контактный телефон (по правому краю, курсивом)

3. При вставке формул необходимо использовать MicrosoftEquation 3. Формулы выполняются курсивом (основной размер символа 12-14 pt), размещаются по центру строки, нумерация справа в круглых скобках. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если уравнение не уместится в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства «=», или после знака «+», или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке. Пример оформления:

Рентабельность основных фондов P_{OF} рассчитывается по формуле (1):

$$P_{OF} = \Pi / OF \quad (1)$$

где Π — прибыль предприятия за отчетный период, руб.;

OF — среднегодовая остаточная стоимость основных фондов за отчетный период, руб.

4. Рисунки должны быть черно-белыми, без полутонов, толщина линий не менее 0.5 pt. Ширина рисунка не должен превышать 170 мм, высота – 230 мм. Отдельные блоки и элементы в рисунках и схемах следует сгруппировать. Номер и наименование размещаются под рисунком, по центру строки. До и после рисунка необходимо оставить по одной пустой строке. Пример оформления:

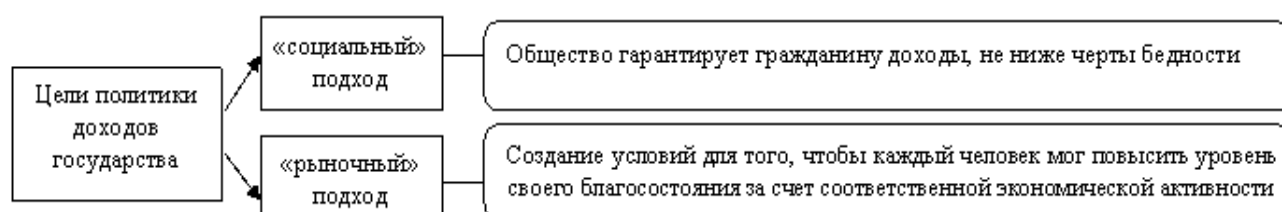


Рисунок 1 – Классификация различных подходов к целям государственной политики формирования доходов населения

5. Цифровой материал рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если последние подчиняются заголовку. Разделять заголовки и подзаголовки диагональными линиями не допускается. Графу «№ п/п» в таблицу не включают. В таблице допускается уменьшение шрифта до 12 pt. При переносе таблицы на другой лист головку таблицы (первую строку с заголовками столбцов) следует повторить в начале каждой страницы. Если головка таблицы велика, то допускается ее не повторять, в этом случае ниже головки необходимо разместить дополнительную строку с номерами столбцов, тогда каждый следующий лист начинается со строки с номерами столбцов. До и после таблицы необходимо оставить по одной пустой строке. Пример оформления:

Таблица 1 – Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	2012 год	2013 год
1. Акционеры (участники)	83	52
2. Сотрудники	70	54

6. Кавычки в тексте статьи должны выглядеть так: «....». Ссылки на литературные источники и приведенные в статье статистические данные следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления». Ссылку на список литературы заключаем в квадратные скобки «.....» [1].

7. Список литературы, использованной автором, является обязательным элементом статьи. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по

фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (по государственному стандарту требований к библиографическому описанию, действующему с 01.07.2004 г.). Пример оформления:

КНИГИ

1. Агафонова, Н.Н. Гражданское право [Текст]: учеб. пособие для вузов / Н.Н. Агафонова, Т.В. Богачева, Л.И. Глушкова; под. общ. ред. А.Г. Калпина. – М.: Юристъ, 2002. – 542с.

2. Российская Федерация. Законы. О воинской обязанности и военной службе [Текст]: федеральный закон. – М.: Ось-89, 2001. – 46 с.

АВТОРЕФЕРАТЫ И ДИССЕРТАЦИИ

3. Вишняков, И. В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности [Текст]: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13 / Вишняков И.В. – М., 2002. – 234 с.

4. Разуваев, И.Г. Особенности взаимодействия финансового и интеллектуального капитала в российской экономике [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01 / И.Г. Разуваев. – Самара, 2007. – 24 с.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

5. Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]: электрон. текстовые, граф., зв. дан. и прикладная прогр. – М. : Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

6. Шарков, Ф.И. Социология теория и методы [Электронный ресурс]: учебник / Ф.И. Шарков. - М.; Экзамен, 2007. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

7. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2008-2011 гг.). Распоряжение Правительства РФ от 19 января 2008 г. № 38-р. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jurbase.ru>.

8. Куратов, А.А. Кафедра истории Поморского государственного университета [Электронный ресурс]/ А.А. Куратов. – Режим доступа: <http://hist.pomorsu.ru/history.html>.

9. Черткова Е.Л. Утопия как способ постижения социальной действительности [Электронный ресурс] / Е.Л. Черткова // Социемы: журнал Уральского гос. ун-та. – Екатеринбург, 2002. – №8. – Режим доступа: http://www2.usu.ru/philosophi/soc_phil/rus/text/sosiemy/8/chertkova..

10. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>.

СТАТЬИ ИЗ ЖУРНАЛА, ГАЗЕТЫ

11. Алигаджиева, Е.М. Анализ уровня развития социальной отчетности в России. [Текст] / Е.М. Алигаджиева // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – №19. – С.18-23.

12. Санникова, И.Н. На пути к бухгалтерскому экологическому учету и отчетности. [Текст] / И.Н. Санникова, Н.А. Шавкунова // Международный бухгалтерский учет. – 2009. – №3. – С. 27-33.

**РАЗДЕЛ (ГЛАВА) ИЗ КОЛЛЕКТИВНОЙ МОНОГРАФИИ,
УЧЕБНИКА**

13. Малый, А. И. Введение в законодательство Европейского сообщества [Текст] / А.И. Малый // Институты Европейского союза: учеб. пособие / А.И. Малый, Дж. Кемпбелл, М. О'Нейл. – Архангельск, 2002. – Разд. 1. – С. 7-26.

14. Глазырин, Б. Э. Автоматизация выполнения отдельных операций в Word 2000 [Текст] / Б. Э. Глазырин // Office 2000: самоучитель / Э. М. Берлинер, И. Б. Глазырина, Б. Э. Глазырин. – М., 2002. – Гл. 14. – С. 281-298.

15. Рудакова, О.В. Социальная политика: сущность и механизм реализации. Социальная политика в России [Текст] / О.В. Рудакова, Н.Н. Шатунова // Организация и управление социально-экономическими системами: коллективная монография / под общ. ред. проф. Н.И. Лыгиной. – СПб: ИНФО-ДА, 2007. – Книга 3. – Гл. 13. – С. 228-244.

СТАТЬЯ ИЗ СБОРНИКА НАУЧНЫХ ТРУДОВ

16. Рудакова, О.В. Криминальные аспекты российского предпринимательства [Текст] / О.В. Рудакова, А.Г. Верижников // Институциональная и эволюционная экономика: проблемы и перспективы развития. Межвузовская научно-практическая конференция (Орел, 24 апреля 2008 г.): материалы и доклады / под общ. ред. проф. Н.И. Лыгиной. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2008. – С. 207-216.

17. Рудакова, О.В. Теоретические аспекты распределения доходов [Текст] / О.В. Рудакова // Логистика в отраслях и сферах применения: материалы заочной международной научно-практической конференции / под общ. ред. проф. Е.В. Сибирской. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ. – С. 135-141.

**МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ,
НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

ANNOTATIONS

ECONOMY, ORGANISATION AND MANAGEMENT OF THE ENTERPRISES, BRANCHES AND COMPLEXES

N.I.Lygina, O.V.Rudakova

ENTERPRISES WITH THE FOREIGN MARKET SHARE ON THE LABOUR MARKET OF ORYOL REGION

Creation of the enterprises with foreign market share in the world and in particular in Russia promotes formation of market infrastructure necessary for economy development. They represent today one of most dynamically developing and effective sectors of economy.

Keywords: enterprise with foreign market share, foreign legal entity, labour market, employment structure, level of labour remuneration.

A.V.Krylova, J.V.Zevakina

MANPOWER ROLE IN THE EFFICIENCY OF THE ENTERPRISE ACTIVITY

In the article the question on the role of human resources in the efficiency of the enterprise activity is discussed. Definition of human resources and their characteristics are given. The parametres influencing labour quality are investigated. Influence of the quality and effective use of manpower on the results of the enterprise activity is studied.

Keywords: manpower, personnel, role of manpower in enterprise activity, labour resources quality, manpower characteristic, effective use of manpower.

J.V.Razorenova

FEATURES OF FINANCING SYSTEM OF INNOVATIVE ACTIVITY

Activation of innovative activity beneficially influences the economy development and formation of new technological ways, raises competitiveness of production and accelerates the way out of economic crises for the account of production growth. Organization of considered system of financial provision of innovations is the problem of vital importance not only for separate enterprises, but for the state as a whole.

Keywords: innovations, innovative activity, financing, economic growth, venture financing.

MARKETING

T.N.Makarova, E.A.Sotnikova, I.V.Zhedankova

MODERN PROMO-ACTIONS EFFICIENCY AND THEIR INFLUENCE ON CONSUMERS BEHAVIOUR

In the article the basic questions of organization and carrying out of promo-actions are considered: purposes, reasons, stages, choice of separate advertising techniques and efficiency.

Keywords: promo-actions, advertising, promoters, merchandising.

T.N.Makarova, M.A.Stepanova

MARKETING COMMUNICATIONS DEVELOPMENT

In the article the role of marketing communications in various marketing concepts is considered. modern carriers of advertising and regional advertisers are described.

Keywords: communication, marketing, traffic, video advertising, reputation management, targeted advertising.

MANAGEMENT

E.M.Samorodova, I.G.Parshutina

HUMAN CAPITAL MARKET: ORGANIZATION, FUNCTIONING AND INFRASTRUCTURE FEATURES

Development of modern economic systems tends to transition to innovative economy, where human capital plays the basic role acting as the main productive force of the society. In such economic systems its market realization is carried out in the market of human capital. The features of its functioning are considered in the article on the basis of the analysis of this market specificity. Special attention is paid to institutional infrastructure of the market of human capital. Estimation of the state of the market of human capital in Russia is given.

Keywords: human capital, labour market, market of labour services, market of human capital, institutional infrastructure.

O.V.Rudakova, A.I.Mertsalova, V.P.Bardovsky

**FOREIGN INVESTMENTS IN ORYOL REGION:
VOLUME AND STRUCTURE**

Foreign investments are long-term capital investments in industry, agriculture and other branches of economy of other countries by the countries-investors. Today the role of regions in our country has considerably increased in the solution of the problems of social and economic development.

Keywords: region, direct investments, portfolio investments, saved up investments, foreign investments.

A.A.Muzalevskaya, A.A.Sinelnikov

COMMERCIAL ACTIVITY INFOWARE

In the modern world information is the key factor of right administrative decision making. In turn, the success of commercial enterprise depends on the quality of administrative decision. The article is devoted to infoware of the trading enterprise.

Keywords: commercial activity, infoware, workstation, information technologies.

A.A.Muzalevskaya, A.A.Larina

INFOWARE OF QUALITY MANAGEMENT SYSTEM

Under modern conditions the problem of production quality occupies top spot. Its effective decision provides competitive advantage to the enterprises in the market. The article is devoted to infoware of quality management system.

Keywords: management, quality management system, infoware, business process, efficiency.

L.A.Altynnikova, J.G.Vishnyakova

**VOLUNTARY MEDICAL INSURANCE.
DEVELOPMENT PROSPECTS IN RUSSIA**

The article is devoted to the problem of imperfection of the systems of obligatory and voluntary medical insurance and to their advantages and disadvantages. Searching for qualitative health services, a person independently chooses either regional hospital, private clinic for medical aid or the insurance company for VMI (Voluntary medical Insurance) policy.

Keywords: obligatory and voluntary medical insurance, quality of medical insurance, disadvantages and advantages of voluntary medical insurance.

S.A.Legostayeva, L.L.Alekhina

CLUSTER CONCEPT ON THE EXAMPLE OF THE INDUSTRY OF SCHOOL CATERING

The concept of cluster is a new way of the region economy. It also specifies the new roles and possibilities of separate enterprises, branches, region and state management as a whole increasing their competitiveness. Creating critical mass for extraordinary competitive success in certain areas of business, clusters reflect the features of practically any national and regional economy.

Keywords: cluster, system of school catering, competitive advantage.

PRICING

G.M.Fedorova

FORMS AND METHODS OF STATE PRICES REGULATION

In modern economy there are still areas which cannot function without state intervention. State regulation of prices is one of the significant elements of economic policy. Influencing pricing processes the state can shift market balance and use prices to counterbalance the interests of participants.

Keywords: pricing, state regulation, regulation methods.

A.I.Ryabtseva, N.V.Lisichkina

FEATURES OF MOTOR TRANSPORT TARIFFS

The study of the situation in the market of transport services allows making the conclusion on the importance of the influence of numerous factors of external and internal environment and, first of all, of tariff policy on motor transport enterprises. Pricing in the market of cargo transportation has clearly expressed branch specificity.

Keywords: pricing, cargo transportation, transport tariffs, motor transport.

FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT

L.A.Altynnikova, A.I.Silkina, T.A.Udovydchenkova

FINANCIAL SUPERVISION OF INSURANCE ACTIVITY

In the article insurance market is considered as an object of financial supervision. A number of reasons which stipulate the importance of state regulation of the

market of insurance services is presented. A number of features which are necessary to consider realizing financial supervision of the insurance market is underlined.

Keywords: financial market, financial supervision, insurance market, insurance service, state regulation.

A.V.Krylova, T.N.Belousova

INNOVATIVE-INVESTMENT POSSIBILITIES OF THE MODERN SECURITIES MARKET

Innovations play an important role in the economy functioning and development. Changes of the size and structure of investments into innovative workings out have crucial influence on the volume of social production and employment, structural shifts in the economy and development of branches and economy spheres.

Keywords: investments, innovations, securities market, financial-credit sphere, economic growth.

Ja.G.Popova

SPECIFICITY OF THE BUDGETARY APPROACH IN MODERN RUSSIA

In the article budgeting specificity is considered. Its overall objective is the result. Besides all the problems and ways of their solution are considered and analyzed. The quality of budgeting focused on result will thus increase.

Keywords: budget, reform, budgetary process, result, budgetary planning, execution.

N.N. Sokolova, E.V.Ilyushina, I.S.Fedoseyeva

WEATHER FUTURES

In the article the history of weather futures is considered. The mechanism of their action and expediency of their application in the financial markets of Russia are studied. Comparative analysis of hedging and insurance is carried out, and the possibilities of weather futures application in various branches of economy are studied.

Keywords: weather future, hedging, climatic changes, cooling index, heating index, risks, derivatives.

E.I.Mosina

STANDARD-LEGAL BASES OF ISSUING ACTIVITY OF CREDIT INSTITUTIONS ON THE SECURITIES MARKET

Market economy development in Russia assumes creation and formation of securities market. One of its leading sectors is the securities market issued by commercial banks. In the article the kinds of activity of credit organizations on the securities market and issuing transactions with securities as a tool of formation of bank liabilities are considered.

Keywords: bank system, securities issue, share market, credit institutions, issuers, issuing activity.

O.N.Motalkina

BASIC CHARACTERISTICS OF THE INTERNET-BANKING EFFICIENCY

The article is devoted to consideration of the basic characteristics of the Internet-banking efficiency as one of the kinds of remote bank servicing which becomes very popular among Russian and foreign banks.

Keywords: global net, the Internet-banking, banking service system.

WORLD ECONOMY

N.I.Lygina, O.V.Rudakova

INVESTMENT APPEAL OF ORYOL REGION

World experience of economic development shows, that investment growth is the basis of increase of competitiveness and economic growth rates both at the state, and regional levels. Considering the territorial size of Russia, variety of economic situation of its regions and their competitive advantages, the basic work on attraction of investments, in our opinion, should be carried out at regional level and according to regional priorities.

Keywords: investments, region, investment risk, investment potential, investment rating.

V.P.Bardovsky, O.V.Rudakova, A.I.Mertsalova

COMPETITIVENESS PROBLEMS OF RUSSIAN ENTERPRISES IN THE WORLD MARKET

Competitiveness is not an inherent property of the enterprise. It can be revealed only by comparing these enterprises with each other both on the national scale, and on the scale of the world market. Under conditions of open economy the Russian companies experience more and more amplifying competitive pressure in the commodity markets and face toughening competition for manpower resources and investment sources.

Keywords: competition, competitiveness, enterprise, competitiveness problems, bureaucracy, corruption, tax rates.

L.M.Marchenkova

INTERNATIONAL TRADE OF RUSSIA AND ITS REGULATION

Foreign trade of the countries acts as a link between commodity producers of different countries. Foreign trade assumes exchange of goods, services and capital between various countries. Foreign trade is developing because it allows establishing balance between surpluses and deficiency in the economy of separate countries. The role of foreign trade is constantly increasing in economic development of the countries. On the one hand, foreign trade has become the powerful factor of economic growth and, on the other hand, the countries have become dependent on international trade barter.

Keywords: foreign trade, liberalization, foreign trade modes, export, import.

A.A.Parushin, E.M.Samorodova

RUSSIAN MARKET OF CHEESE: STATE OF THE MARKET AND FOREIGN TRADE TRENDS

The conjuncture of the world commodity markets of foodstuffs influences the condition of the national markets of foodstuffs, defines the state, structure and directions of foreign trade of the country. In the article an attempt is made to define the prospects and tendencies of foreign trade of Russia on the basis of conjuncture estimation of Russian cheese market the dynamics of which is defined not only by internal circumstances, but also by the external economic conjuncture.

Keywords: conjuncture, market, foodstuffs, cheese-making production, foreign trade.

L.M.Marchenkova

TRANSNATIONAL BANKS AND THEIR ROLE IN THE WORLD ECONOMY

The beginning of the XXIst century was characterized by accelerated development of globalization in the world economy. Under these conditions transnational banks activity gets special importance. Transnational banks (ТНБ) act as intermediaries in the world financial markets, and participate practically in all spheres of international economic relations, providing movement of transnational capital.

Keywords: economic, bank sector, financial-credit system, transnational banks.

A.A.Mandrik

WORLD PRICES AND THEIR FEATURES

Now in the world market there is a certain prices structure defined and supported by large firms-manufacturers and exporters of the goods in the branches while the small and average companies prefer to use the weighed price policy of "followings the leader". The world price as an economic category is a result of economic interaction of supply and demand in the world market expressed in hard currency.

Keywords: pricing, world price, world market, import, export, international trade.