

Экономические и  
организационные

аспекты модернизации

ЭКОНОМИКИ

Сборник научных работ студентов и магистрантов  
экономического факультета ОмГУ

Омск  
Издательство ОмГТУ  
2013

УДК 33  
ББК 65.9(2Рос)  
Э40

Ответственные редакторы:

Л.Н. Иванова, канд. экон. наук;  
А.В. Арбуз, канд. экон. наук;  
А.Е. Миллер, д-р экон. наук;

**Экономические и организационные аспекты модернизации экономики: Сб.**  
Э 40 науч. работ студентов и магистрантов экономического факультета ОмГУ /Отв. ред. Л.Н. Иванова, А.В. Арбуз, А.Е. Миллер. - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2013. - 213 с.

ISBN 978-5-8149-1541-2

В сборнике представлен научный материал, отражающий результаты исследований студентов и магистрантов экономического факультета ОмГУ им. Ф.М. Достоевского в области теоретических и прикладных проблем организационно-управленческих аспектов модернизации российской экономики.

Сборник адресован широкому кругу читателей - ученым, магистрантам, аспирантам, студентам, представителям всех отраслей отечественной экономики.

Материалы статей печатаются в авторской редакции.

УДК 33  
ББК 65.9(2Рос)

*Научное издание*

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ  
И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ  
АСПЕКТЫ МОДЕРНИЗАЦИИ  
ЭКОНОМИКИ**

Сборник научных работ студентов и магистрантов  
Экономического факультета ОмГУ

Печатается в авторской редакции  
Компьютерная верстка *А.Ю. Углиржа*

Подписано в печать 26.06.13. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная  
Отпечатано на дупликаторе. Усл. печ. л. 14,25. Уч.-изд. л. 14,25.  
Тираж 150. Заказ 389.

---

Издательство ОмГТУ. Омск, пр. Мира, 11. Т. 23-02-12  
Типография ОмГТУ

ISBN 978-5-8149-1541-2

© Миллер А.Е., составление, 2013

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Е.С. Андропова</i><br><i>Л.А. Родина</i>   |           |
| <b>Проблемы и перспективы введения налога на недвижимость</b>                                     | <b>8</b>  |
| <i>Ю.С. Аникиенко</i><br><i>Н.В. Миллер</i>   |           |
| <b>Социальная сущность налоговых вычетов по НДФЛ</b>  | <b>11</b> |
| <i>В. Ю. Аникин</i><br><i>В. А. Шестаков</i>  |           |
| <b>Межбюджетные отношения в Российской Федерации</b>  | <b>14</b> |
| <i>А.М. Анисимов</i><br><i>Н.В. Огорелкова</i>  |           |
| <b>Проблемы формирования резервов на возможные потери по ссудам и пути их решения</b>             | <b>17</b> |
| <i>Т.В. Баганец</i><br><i>И.В. Руденко</i>  |           |
| <b>Организация бюджетирования на предприятии</b>  | <b>18</b> |
| <i>С.С. Баженов</i><br><i>Н.В. Миллер</i>   |           |
| <b>Экономическая природа взимания НДС во внешнеторговых операциях</b>                             | <b>23</b> |
| <i>А. Р. Бахтиярова</i><br><i>Н. В. Миллер</i>  |           |
| <b>Сравнительная характеристика системы налогообложения доходов граждан в России и за рубежом</b> | <b>27</b> |
| <i>З.С. Берсагурова</i><br><i>С.Н. Кужева</i>   |           |
| <b>Инновационное развитие вузов Республики Казахстан</b>  | <b>29</b> |
| <i>Ю.А. Блинова</i><br><i>Г.Е. Чернобаева</i>   |           |
| <b>Проблемы организации внутреннего маркетинга на предприятии</b>                                 | <b>34</b> |
| <i>А. А. Буякова</i><br><i>И.В. Катунина</i>  |           |
| <b>Проект управления брендом компании на основе консалтинга</b>                                   | <b>37</b> |
| <i>Е.Е. Буякова</i><br><i>А.М. Попович</i>  |           |
| <b>Стратегия дифференциации ОАО «Газпромнефть- Омск»</b>  | <b>40</b> |
| <i>П.В. Галдецкий</i><br><i>Р.Т. Балакина</i>   |           |
| <b>Совершенствование управления кредитным портфелем в Омском отделении Сбербанка России</b>       | <b>44</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Н.Е. Головкова, Ю.А. Ложечникова</i><br><i>А.М. Попович</i>   |           |
| <b>Стратегия как искусство</b>   | <b>47</b> |
| <i>М.А. Давыдова</i><br><i>Л.А. Родина</i>   |           |
| <b>Перспективы и пути совершенствования патентной системы налогообложения</b>  | <b>49</b> |
| <i>Ю.В. Евсюкова</i><br><i>О.В. Гокова</i>   |           |
| <b>Проблемы лицензирования алкогольной продукции в РФ</b>  | <b>53</b> |
| <i>К.А. Еременко</i><br><i>А.Г. Бреусова</i>   |           |
| <b>Моделирование социального поведения предпринимателя</b>   | <b>56</b> |
| <i>В.И. Жадан</i><br><i>Н.В. Миллер</i>  |           |
| <b>История развития налогов в Средние века (V-XVII вв.)</b>  | <b>59</b> |
| <i>М. С. Журавлева</i><br><i>И.В.Руденко</i>   |           |
| <b>Планирование деятельности кадровой службы</b>   | <b>61</b> |
| <i>А. А. Ибраева</i><br><i>А. Е. Миллер</i>  |           |
| <b>Алгоритм стратегического планирования предпринимательской деятельности медицинских организациях</b>                   | <b>64</b> |
| <i>К.И. Ильин</i><br><i>С.Н. Апенько</i>   |           |
| <b>Законы эволюции систем в ТРИЗ</b>   | <b>67</b> |
| <i>Ш.А. Карслян</i><br><i>Р.Т. Балакина</i>  | <b>70</b> |
| <b>Перспективы развития национальной платёжной системы России</b>  |           |
| <i>М. Д. Катасонов</i><br><i>Н. В. Мухаровский</i>   |           |
| <b>Эффективность и справедливость</b>  | <b>73</b> |
| <i>К.А. Климятич</i><br><i>О.В. Гокова</i>   |           |
| <b>Оценка социально – экономического развития муниципального образования (на примере Тарского муниципального района)</b> | <b>79</b> |
| <i>И.С. Кобыльник .</i><br><i>Л.А. Родина</i>  |           |
| <b>Пути реформирования налога на доходы физических лиц в России</b>  | <b>82</b> |
| <i>Я.А. Колпакова</i><br><i>Р.Г. Смелик</i>  |           |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Island of a bad luck</b>  | <b>86</b>  |
| <i>Е.Е. Крючкова</i><br><i>Н.В. Миллер</i>   |            |
| <b>Сущность принципов налогообложения</b>  | <b>88</b>  |
| <i>Ю.С. Куксина</i><br><i>О.Н. Бородина</i>  |            |
| <b>Проблемы бедности в современной России и пути их решения</b>  | <b>91</b>  |
| <i>М.М. Курцаев</i><br><i>И.В. Руденко</i>   |            |
| <b>Стратегический контроллинг</b>  | <b>94</b>  |
| <i>В.А. Лукьянова</i><br><i>О.Н. Бородина</i>  |            |
| <b>Экономическая стратификация российского общества</b>  | <b>96</b>  |
| <i>Э. Р. Мансурова</i><br><i>С.Н. Кужева</i>   |            |
| <b>Роль корпоративной культуры в управлении ООО «Ястро»</b>  | <b>98</b>  |
| <i>П.С. Маслова</i><br><i>А.В. Арбуз</i>   |            |
| <b>Образование как фактор достижения социального статуса</b>   | <b>103</b> |
| <i>Ю.М. Мацковская, А.С. Полякова</i><br><i>Н.В. Миллер</i>  |            |
| <b>Основные этапы становления и развития налоговой системы России</b>  | <b>107</b> |
| <i>Н.В. Мирошкина</i><br><i>Л.А. Родина</i>  |            |
| <b>Сбалансированная система показателей, как современный инструмент управления эффективностью стимулирующих программ</b> | <b>110</b> |
| <i>А.А. Мошкина</i><br><i>Р.Т. Балакина</i>  |            |
| <b>Проблемы проведения факторинговых операций коммерческими банками и пути их решения</b>                                | <b>115</b> |
| <i>Ю. О. Мухина</i><br><i>А.В. Арбуз</i>   |            |
| <b>Гендерное неравенство и гендерные роли в современном мире</b>   | <b>117</b> |
| <i>К.Ю. Мухорина</i><br><i>Т.Д. Синявец</i>  |            |
| <b>Совершенствование технологии подбора на предприятии</b>   | <b>119</b> |
| <i>И.А. Набатникова</i><br><i>А.Е. Миллер</i>  |            |
| <b>Формирование конкурентоспособности предпринимательских структур</b>   | <b>120</b> |

|  |  |            |
|--|--|------------|
| <i>В.К. Никифорова</i><br><i>Р.Т. Балакина</i> | <b>Состояние и проблемы национальной платежной системы России</b>  | <b>124</b> |
| <i>Ж.Ж. Омаров</i><br><i>А.М. Попович</i>      | <b>Ключевые компетенции как фактор влияния на инвестиционную привлекательность региона-квазикорпорации</b>                               | <b>127</b> |
| <i>Т. Ю. Орлова</i><br><i>Н.В. Мухаровский</i> | <b>Сравнение эффективности государственных и частных предприятий</b>   | <b>130</b> |
| <i>А. Д. Патрушева</i><br><i>Н.В. Миллер</i>   | <b>Перспективы развития налоговой культуры в России</b>  | <b>134</b> |
| <i>И.С. Попиченко</i><br><i>В.С. Половинко</i> | <b>Гендерные аспекты развития карьеры</b>  | <b>136</b> |
| <i>Т.С. Прядина</i><br><i>Л.А. Родина</i>      | <b>Влияние изменений в законодательстве по ЕНВД на предпринимательскую деятельность</b>  | <b>141</b> |
| <i>К.А. Романова</i><br><i>О.В. Гокова</i>     | <b>Управление демографическими процессами в Омской области</b>   | <b>144</b> |
| <i>В.А. Скороход</i><br><i>С.А. Гаранина</i>   | <b>Преимущества, недостатки и перспективы зарплатных проектов как банковского продукта коммерческого банка на примере ОАО «ОТП Банк»</b> | <b>147</b> |
| <i>А.Г. Скрап</i><br><i>С.Н. Апенько</i>       | <b>Государственные электронные услуги: тенденции развития</b>  | <b>148</b> |
| <i>Д.С. Славкин</i><br><i>С.Н. Апенько</i>     | <b>Проект управления трудовыми перемещениями персонала ресторанного бизнеса</b>  | <b>150</b> |
| <i>П.А. Соломанина</i><br><i>Л.А. Родина</i>   | <b>НДС во внешнеэкономической деятельности. Особенности и перспективы</b>  | <b>153</b> |
| <i>Ю.Д. Страмоусова</i><br><i>А.Е. Миллер</i>  | <b>Методы построения системы риск-менеджмента в производственно-предпринимательской деятельности</b>                                     | <b>159</b> |

|   |  |            |
|---|--|------------|
| <i>А.Р. Тимергалина</i><br><i>А.В. Меньшенина</i> | <b>Проблемы потребительского кредитования в дополнительном офисе «Юбилейный» филиала ОАО «Газпромбанк»</b>                           | <b>165</b> |
| <i>В.В. Трутаева</i><br><i>Н.В. Миллер</i>        | <b>Тема налогообложения в трудах русских ученых-экономистов</b>  | <b>168</b> |
| <i>В.Е. Трухина</i><br><i>Н.В. Миллер</i>         | <b>Вклад Н.И Тургенева в развитие науки о налогах</b>  | <b>170</b> |
| <i>В.Н. Тюкалова</i><br><i>А.Е. Миллер</i>        | <b>Проблемы стратегического планирования в деятельности предпринимательских структур</b>   | <b>173</b> |
| <i>О.А. Фоменко</i><br><i>Р.Г. Смелик</i>         | <b>Companies in the UK. Corporations in the USA.</b>   | <b>176</b> |
| <i>А.Б. Хакимова</i><br><i>А.М. Киселева</i>      | <b>Предоставление государственных услуг в социальной сфере (на примере Министерства труда и социального развития Омской области)</b> | <b>178</b> |
| <i>Е.В. Черобедов</i><br><i>Н.В. Миллер</i>       | <b>Сравнительная характеристика налогообложения России в разные исторические Периоды</b>   | <b>184</b> |
| <i>Т. В. Черных</i><br><i>И. В. Руденко</i>       | <b>Планирование стратегии банка «Стройкредит»</b>  | <b>190</b> |
| <i>Е.С. Шарова</i><br><i>Л.А. Родина</i>          | <b>Проблемы налогообложения НДС бонусов, премий, скидок</b>  | <b>194</b> |
| <i>Д.В. Шинкевич</i><br><i>Г.Е. Чернобаева</i>    | <b>Анализ подходов к понятию «маркетинг персонала»</b>   | <b>199</b> |
| <i>Д. В. Штрумберг</i><br><i>Р.Г. Смелик</i>      | <b>Факторы, сдерживающие развитие отношений частно-государственного партнерства в омской области</b>                                 | <b>203</b> |



## **Проблемы и перспективы введения налога на недвижимость**

Е.С. Андропова  
гр. ЭНС-908-О

Научный руководитель  
Л.А.Родина

В России уже около пятнадцати лет обсуждается необходимость введения налога на недвижимость. Так, первая попытка была предпринята в 1997 году с принятием Федерального закона № 110-ФЗ «О проведении эксперимента по налогообложению недвижимости в городах Великом Новгороде и Твери». По результатам эксперимента в 2004 году Государственной думой в первом чтении был принят законопроект о введении местного налога на недвижимость, работа по совершенствованию которого ведется до сих пор.

Недавно Минфин России в информационном сообщении от 31 января 2013 года раскрыл ориентировочные параметры будущего местного налога. Так, плательщиками налога на недвижимое имущество признаются физические лица, обладающие зданиями, строениями, сооружениями, жилыми и нежилыми помещениями, объектами незавершенного капитального строительства, а также земельными участками.

Таким образом, на сегодняшний день из состава плательщиков исключены юридические лица. Следует отметить, что позиция государства в данном вопросе менялась несколько раз. Напомним, что изначально предлагалось обложение всего имущества и земельных участков организаций в рамках налога на недвижимость, затем выдвигалась идея обложения только жилой недвижимости юридических лиц, которая также вызывала некоторые вопросы. Некоторые ученые, в частности, экономисты Ю.Д. Шмелев и Р.Л. Маргулис отмечают, что налоговая нагрузка для юридических лиц может в 200-300 раз превышать аналогичный показатель для физических лиц и попытка ее выравнивания приведет к нарушению социальной и регулирующей функции налога [3, с. 40]. Другая точка зрения основывается на том, что сущность введения налога на недвижимость именно в унификации налогообложения всех видов имущества, что влечет за собой необходимость отмены однотипных налогов: регионального налога на имущество и земельного налога организаций [1, с. 40].

Считаем, более взвешенной первую позицию, так как в ситуации, когда не сложилось единого подхода к выбору параметров будущего налога в отношении физических лиц и не ясны до конца последствия его введения, резкий переход к единому налогу очень сложен. Поэтапность позволит учитывать совершенные ошибки и исключать их в будущем, а это в итоге может значительно сократить негативные последствия и потери при введении налога для всех субъектов – и государства, и налогоплательщиков.

Что касается объекта налогообложения, то хотелось бы особо отметить такую проблему, как неполный учет принадлежащих плательщикам объектов имущества. В

частности, в сельской местности распространены случаи самовольного строительства гаражей, хозяйственных построек, бань, а также использования свободной земли без должного ее оформления. Решение данной проблемы видится в организации осмотров имущественных объектов уполномоченными органами во время осуществления кадастровой оценки, однако самое важное - это информирование населения о необходимости регистрации, а также о способах ее осуществления. Очевидно, что данные мероприятия как один из этапов введения налога на недвижимость способны увеличить поступления и в рамках существующих имущественных налогов.

Неизменным остается позиция государства в отношении налоговой базы – это кадастровая стоимость, определяемая исходя из рыночной стоимости недвижимости посредством сравнительного подхода. Однако, как отмечают специалисты, такой подход может использоваться только при наличии достоверных данных о ценах сделок, которые в обязательном порядке декларируются. В России же подобную информацию получить затруднительно. Так, нередки случаи, когда даже в базах Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр) эти данные недостоверны, поскольку стороны сделок часто декларируют меньшие цены с целью уменьшения налогов, а именно налога на доходы физических лиц для продавца [2, с. 10].

Кроме того проектом местного налога на недвижимость не предусмотрен особый порядок расчета налоговой базы для объектов капитального строительства. Согласно закону об оценочной деятельности определить кадастровую стоимость можно лишь в отношении занесенных в реестр объектов и зарегистрированных в соответствующем порядке. Здесь возможны несколько вариантов: введение требования обязательной регистрации при закладке фундамента с последующей корректировкой стоимости или обязательная регистрация по истечении определенного срока. Наиболее оптимальным вариантом, стимулирующим быстрое завершение строительства, является введение периода, в рамках которого налог не взимается, а по истечении установленного срока незавершенное строительство признается объектом налогообложения. Возможно также применение повышающих коэффициентов аналогично существующему порядку в рамках земельного налога.

Законопроект предусматривает различный размер предельных ставок в зависимости от категорий объектов, а также в зависимости от суммарной величины кадастровой стоимости. При этом Министерством экономического развития РФ предлагается также два вида вычетов: в размере 20 квадратных метров жилого строения или помещения для всех категорий налогоплательщиков и в размере кадастровой стоимости 30 квадратных метров

жилого объекта и 1000 квадратных метров земельного участка для некоторых льготных категорий налогоплательщиков.

Считается, что в данном случае вместо классического налога на недвижимость возникает либо налог на роскошь, либо налог на накопленное имущество (налог на богатство), так как такие налоги часто предполагают определенный, достаточно высокий необлагаемый предел [1, с. 42]. Считается, что такая модель налога на недвижимость предполагает повышенную налоговую нагрузку, прежде всего, для владельцев элитных и так называемых инвестиционных квартир. Однако справедливо замечание, что в результате такого подхода в большей мере возрастет налоговая нагрузка на средний класс, поскольку многие владельцы дорого жилья могут воспользоваться такими инструментами ухода от налогообложения, как регистрация недвижимости в оффшорах, вывод объектов из жилого фонда и включение сумм налога в затраты предприятия. Что касается инвестиционных квартир, то доходы от сдачи в аренду жилых инвестиционных квартир покрывают повышение налога, и, таким образом, результатом будет лишь повышение арендной платы.

Некоторые ученые объясняют затягивание введения налога на недвижимость политическими причинами. Так, профессор С.П. Коростелев считает, что, с одной стороны, государству налог на недвижимость как механизм финансирования устойчивого развития территорий не нужен, поскольку нужна зависимость местных органов власти от федеральных и региональных властей. С другой стороны, на подготовку к введению налога выделяются большие бюджетные средства, и чиновники хотят их «осваивать» [2, с. 7]. Однако, считаем, что политическая причина здесь производна: именно экономическая и социальная значимость налога на недвижимость делает его важным политическим инструментом, способным как улучшить, так и ухудшить имидж власти.

Хотелось бы особо отметить еще одну, редко упоминаемую, но не менее важную проблему – проблему недостаточного информирования населения о будущем налоге на недвижимость. Особенно актуальна она для сельских районов, где зачастую люди даже не слышали о готовящейся реформе. Очевидно, что налоговая нагрузка для граждан с введением нового налога увеличится, но если это произойдет неожиданно, то социальные последствия будут более острыми. В этой связи вызывает вопросы политика государства в отношении недавнего продления сроков приватизации жилья. Эти люди должны заранее оценить свою возможность содержать жилье, а для этого они должны быть в курсе предстоящих изменений в налоговом законодательстве. В противном случае введение налога на недвижимость будет способствовать лишь пополнению бюджета, причем в краткосрочной перспективе.

Кроме того следует проводить информирование не только по основным параметрам налога на недвижимость, но и о том, куда направляются средства от налога. В этой связи интересен опыт США, где каждый плательщик получает отчет о том, сколько средств направлено на содержание образовательных, медицинских учреждений, озеленение и т.п. Данная мера будет способствовать с одной стороны, большей ответственности муниципальных органов власти в отношении исполнения своих обязанностей, с другой стороны, сами плательщики будут заинтересованы уплачивать налог.

Таким образом, необходимость введения налога на недвижимость в конечном счете обуславливается стремлением обеспечить эффективную реализацию фискальной, контрольной, социальной, регулирующей функций, присущих имущественным налогам. Из этого следует, что последствия данной реформы затрагивают различные сферы жизни общества – экономическую, социальную, политическую. Следовательно и проблемы введения налога на недвижимость многоаспектны и требуют всесторонней тщательной работы не только по определению наиболее оптимальной модели налога, но и по информированию населения о возможных изменениях в законодательстве.

#### **Библиографический список**

1. Березин М.Ю. – Новый налог на недвижимость в российской налоговой системе // Финансы. – 2011. - №4. – С. 39-42.
2. Коростелев С.П. – Проблемные вопросы налогообложения и оценки недвижимости // Имущественные отношения в РФ. – 2010. - №6. – С. 6-13.
3. Шмелев Ю.Д., Маргулис Р.Л. – О новой концепции налога на недвижимость физических лиц и механизм ее реализации // Финансы. – 2012. - №1. – С. 37-40.

#### **Социальная сущность налоговых вычетов по НДФЛ**

Ю.С. Аникиенко  
ЭНС-808-О

Научный руководитель  
Н.В. Миллер

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) занимает центральное место в системе налогов, взимаемых с физических лиц. НДФЛ взимается с полной суммы доходов физического лица, за исключением весьма ограниченного перечня вычетов. Механизм применения налоговых вычетов в России, в отличие от европейских стран, весьма негибкий с точки зрения реагирования на происходящие инфляционные процессы, поэтому исследование социальной сущности налоговых вычетов по НДФЛ **актуально**.

Рассмотрим **стандартный налоговый вычет**. С 2012 года отменяется стандартный вычет для налогоплательщика в размере 400 руб. в месяц. Повышенные стандартные вычеты в размерах 3000 руб. и 500 руб. сохранились<sup>1</sup>.

Их величины неизменны с 2001 года. С учетом инфляции их величина составила бы для категории «чернобыльцев» и некоторых других вместо 3000 руб. - 8488 руб.; а для категории Героев РФ, участников Великой Отечественной войны и некоторых других вместо 500 руб. - 1415 руб.

Нельзя не отметить, что за анализируемый период некоторые вычеты все же были проиндексированы. Стандартный налоговый вычет на детей рос темпами, превышающими инфляцию.

Индексация **социального налогового вычета на обучение детей** происходила весьма своеобразно. В 2003 году его увеличили выше инфляционных ожиданий (до 38 000 руб.), а в 2007 году—ниже инфляционных ожиданий (до 50 000 руб.). Получается, что государство не заинтересовано в росте расходов граждан на образование детей.

Также весьма странно индексировался **имущественный налоговый вычет на приобретение жилья**. Если первая корректировка четко отражала инфляцию, то последняя значительно опережает инфляцию. Поскольку недвижимость приобретают далеко не бедные люди, именно им оказывается существенная налоговая поддержка. Кроме того, если проанализировать данные Росстата, можно увидеть, что эта корректировка не способствовала существенной активизации граждан на рынке строительства жилья и оживлению данного сектора экономики.

**Вывод очевиден:** депутаты учли инфляционную составляющую не в полном объеме и не в пользу граждан. Заметим, что в развитых европейских странах из-под налогообложения выводится сумма, приблизительно равная прожиточному минимуму. В Германии, например, с 2010 года это 8004 евро в год. А в России под налогообложение попадает все большая и большая доля доходов граждан, получающих заработную плату на уровне средней и ниже<sup>2</sup>.

**В связи с этим предлагаю следующее.**

**Во-первых**, следовало бы законодательно установить предел, ниже которого работодатель не имеет права выплачивать заработную плату и **привязать эту сумму к прожиточному минимуму, освободив ее от налогообложения**, то есть установить стандартный вычет. Во многих странах (Великобритания, Канада, Германия и др.) из

---

<sup>1</sup> Климова М. НДФЛ: изменились стандартные вычеты//Налоговый вестник. – 2011. - №12. – с.22

<sup>2</sup> Тютюрюков В.Н., Тютюрюков Н.Н., Тернопольская Г.Б. Метаморфозы вычетов по НДФЛ//Налоговая политика и практика. – 2010. - № 4. – с. 20

налогооблагаемого дохода физического лица вычитаются суммы, достаточные для покрытия минимальных жизненных потребностей.

**Во-вторых**, следует установить **прогрессивную шкалу налогообложения**.

- до 10 000 руб. – не облагаемый минимум;
- от 10 000 до 100 000 руб. – 10 % ;
- от 100 000 до 1 млн. руб. – 15 % ;
- от 1 до 3 млн. руб. – 20 % ;
- свыше 3 млн. руб – 30 %.

**В-третьих**, при налогообложении доходов физических лиц необходимо вернуть льготам на приобретение жилья (имущественным вычетам) их социальную направленность, а именно:

✓ **ввести ограничение по сумме совокупного дохода для предоставления вычета**. Так, нет основания оказывать материальную помощь в виде имущественного вычета физическим лицам, которые могут получить возврат налога за 1 год в размере 260 тыс. руб., т.е. годовой доход которых более 2 млн. руб.;

✓ **предоставлять имущественный вычет на основании заключенного договора участия в долевом строительстве жилья** на сумму фактически произведенных расходов, причем начиная с того налогового периода, в котором заключен соответствующий договор, т.е. **не откладывая предоставление вычета до момента сдачи строительного объекта в эксплуатацию и регистрации права собственности**. Это позволит стимулировать участие всех слоев населения в долевом строительстве собственного жилья;

**В-четвертых**, предлагается распространить налоговый вычет по НДФЛ не только на средства, израсходованные на обучение и лечение, но и на санаторно-курортное лечение в отечественных здравницах (это предложение направлено на оздоровление населения и на поддержку курортно-рекреационной деятельности в стране).

**В-пятых**, в целях снижения административной нагрузки на налогоплательщиков нужно освободить физических лиц от обязательного представления налоговой декларации по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) в случае, если доходы налогоплательщика освобождаются от налогообложения.

**В-шестых**, необходимо также упрощение порядка заполнения налоговой декларации по НДФЛ, причем не только за счет изменений в законодательстве о налогах и сборах, но и путем издания простых и понятных инструкций для налогоплательщиков по ее заполнению.

**В-седьмых**, предлагается закрепить в НК РФ механизм автоматического индексирования налоговых вычетов на показатель инфляции.

Таким образом, налог на доходы физических лиц и система налоговых вычетов требуют серьезных изменений, что повлечет за собой большие траты времени и денег. Однако, так как НДФЛ охватывает практически все население нашей страны, необходимость его совершенствования не вызывает сомнений.

### **Межбюджетные отношения в Российской Федерации**

В. Ю. Аникин  
гр. ЭГБ-109-О

Научный руководитель  
В. А. Шестаков

Сложившаяся в России система межбюджетных отношений, несмотря на, проводимые с 90-х гг. по сей день реформы, не в полной мере отвечает принципам бюджетного федерализма и стратегии развития страны на долгосрочную перспективу и, несомненно, нуждается в дальнейшем реформировании и развитии.

В целом необходимо отметить, что, несмотря на тенденцию к формализации распределения финансовой помощи, значительная ее часть по-прежнему распределяется без четких критериев и процедур, а это обуславливает необходимость дальнейшего развития и законодательного закрепления как методологии бюджетного выравнивания, так и развития межбюджетных отношений.

Бюджеты субъектов РФ и особенно местные бюджеты перегружены обязательствами, возложенными на них федеральным законодательством без предоставления источников финансирования (так называемые нефинансируемые федеральные мандаты). Требования Бюджетного кодекса по возмещению дополнительных расходов территориальных бюджетов не выполняются.

В результате органы власти субъектов РФ и особенно местного самоуправления не имеют возможности обеспечить сбалансированность своих бюджетов и вынуждены проводить политику выборочного или частичного исполнения возложенных на них обязательств, накапливая (в том числе за счет заимствований) безнадежную задолженность. В таких условиях полностью отсутствуют стимулы к проведению ответственной бюджетной политики, повышению прозрачности и объективности бюджетной отчетности, эффективному управлению расходами.

Другой проблемой бюджетного федерализма в РФ на современном этапе являются часто встречающиеся на практике нарушения принципа равенства бюджетных прав субъектов РФ, а также муниципальных образований. Это и подписание различных двусторонних соглашений по вопросам межбюджетных отношений, и применение для отдельных субъектов РФ и муниципальных образований особого порядка формирования

доходов, финансирования на их территории расходов из вышестоящих бюджетов и предоставление финансовой помощи.

Частичное дублирование и узкая направленность межбюджетных трансфертов не позволяет федеральным властям в полной мере сосредоточить получаемые ресурсы на решении наиболее актуальных проблем социально-экономического развития территорий. Кроме того, существует определенный временной лаг между принятием мер и возникновением эффекта от их реализации, связанного с изменением поведения экономических агентов. Все эти временные лаги приводят к тому, что бюджетные вливания, призванные помочь регионам, начинают действовать позже, когда необходимость в них ослабла и перестала иметь большое значение.

Среди актуальных событий приведем примеры, иллюстрирующие сразу несколько таких проблем, как делегирование исполнения программ регионам без необходимого финансирования, ситуационный, разовый способ решения бюджетных проблем.

Сразу после инаугурации, 7 мая 2012 г., Президент РФ Владимир Путин подписал ряд указов (11) о реализации программ развития страны: об экономической и социальной политике, здравоохранении, образовании и науке, об обеспечении граждан доступным жильем и повышении качества услуг ЖКХ. На реализацию программы выделены средства федерального бюджета на 2012 год – 200 млн. рублей, планируется выделить на 2013 год – 350 млн. рублей, на 2014 год – 200 млн. рублей. Но при этом надо учитывать, что основное бремя выполнения обещаний президента возложено правительством на регионы, которые в 2012 году и без того недобрали 330 млрд. рублей доходов в бюджеты на выполнение социальных обязательств перед населением. Но дальше будет еще хуже – регионы не досчитаются в своих бюджетах, по прогнозам специалистов, 650-750 млрд. рублей. И на какие деньги они будут выполнять обещания президента – вопрос открытый.

В декабре 2012 республика Татарстан фактически избавлена от большей части (65,5 млрд. рублей) набранных в кризис и под Универсиаду долгов (всего госдолг Татарстана на сегодня составляет 85,2 млрд.) - такова суть поправок в федеральный закон о бюджете, которые подразумевают реструктуризацию бюджетных кредитов Татарстану и Краснодарскому краю. Отсрочка платежа на 10 лет и затем 10-летняя рассрочка выплаты долга по ставке 0,5% годовых, по сути, говорят о полном списании долгов.

Из анализа текущей финансово-экономической ситуации, а также опыта, накопленного за период экономических и, в частности, бюджетных реформ, можно сделать вывод: при всех условиях в России наиболее эффективным является применение комбинированного подхода в выборе методов бюджетного регулирования.

Учитывая сложившуюся ситуацию в нашей стране, уровень проблем, представляется возможным сделать следующие предложения по разграничению расходов различных уровней и совершенствованию межбюджетных отношений. Для исправления недостатков, прежде всего, следует совершенствовать нормативно-правовую, в первую очередь законодательную базу распределения четких полномочий и функций между органами власти различных уровней. Не менее важной является разработка единого методологического подхода к составлению и использованию всех видов и уровней бюджетов в целях единства и упрощения учета и отчетности, анализа и сравнимости бюджетных показателей. Устранить положение, при котором встречные финансовые потоки по доходам, изымаемым в бюджеты вышестоящих уровней, вновь передаются в нижестоящие уровни в виде финансовой помощи (кредитов, субсидий, субвенций и т.д.). Также нужно создать механизм межбюджетных отношений, основанный на принципах гласности, прозрачности, равенства возможностей получения помощи и льготных условий для всех территориальных бюджетов. Как показывает опыт, единый подход к территориям должен заключаться не в одинаковых (единых) размерах нормативов отчислений, а в единых методиках их исчисления. Выделение трансфертов осуществлять дифференцированно и не просто исходя из нуждаемости, а под программы лучшего использования внутренних возможностей регионов в интересах их самостоятельного развития. Обеспечивать определенные финансовые преимущества для регионов-доноров (11 по состоянию на декабрь 2012), за счет которых живут регионы, получающие федеральную помощь.

Анализируя бюджет 2012 года, можно сказать, что, во-первых, "сбрасывать" на регионы социальные расходы уже невозможно, их бюджеты за исключением редких случаев дефицитны (64 из 83). Во-вторых, рост расходов бюджетов на образование и здравоохранение не обеспечил адекватного развития человеческого капитала, да и эффективность огромных социальных расходов невысока. В-третьих, бюджетные проблемы регионов по-прежнему разруливаются в "ручном режиме". Кому-то очень помогут, увеличив на 60% трансферты из федерального бюджета (Новгородская область) или простив долги (Татарстан), но большинство обивает пороги высоких кабинетов без особых результатов. Прозрачных "правил игры" в межбюджетных отношениях как не было, так и нет. Дефекты системы управления нарастают, а возможностей решить проблемы деньгами все меньше.

В ряде субъектов Российской Федерации остается низким качество управления бюджетным процессом, свидетельством чего являются высокий по сравнению со средне-российским уровень просроченной кредиторской задолженности по отношению к их собственным доходам, низкое качество финансового планирования, а также недостаточное

использование современных процедур и методов управления бюджетным процессом в каждой из фаз бюджетного цикла.

Таким образом, исходным пунктом реформирования системы межбюджетных отношений и непременным условием выхода страны на устойчивые экономические показатели должна стать целенаправленная и скоординированная работа по совершенствованию бюджетно-финансового законодательства РФ и по исправлению ошибок и недочетов, которые существуют в нынешней бюджетной системе.

### **Проблемы формирования резервов на возможные потери по ссудам и пути их решения**

А.М. Анисимов

Научный руководитель

гр. ЭФС-905-О

Н.В. Огорелкова

Резервы на возможные потери по ссудам (далее РВПС) – резерв, создаваемый банком на случай обесценения ссуды в случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения должником своих обязательств.<sup>3</sup>

Расчетный размер РВПС зависит от категории качества ссуды. Категория качества зависит от финансового положения и качества обслуживания долга. При наличии обеспечения по ссуде размер РВПС корректируется в соответствии с данным обеспечением.

Проблемы формирования РВПС можно разделить на внутренние и внешние. Внешние проблемы связаны с пробелами в законодательстве, в частности с неоднозначной трактовкой пунктов Положения № 254-П. Внутренние проблемы делятся на две группы:

- Проблемы, связанные с операционным риском;
- Проблемы внутренней методики.

Первая группа проблем связана с низкой квалификацией персонала и недостаточной проработанностью программного обеспечения.

Поподробнее рассмотрим проблемы, связанные с внутренним руководством по формированию РВПС.

Первый недостаток связан с оценкой финансового положения заемщика, где не указано, какая именно задолженность по заработной плате перед работниками является существенной. Решением данной проблемы является установление критерия существенности, например, в размере 5% от собственного капитала.

---

<sup>3</sup> Положение ЦБ № 254-П от 26 марта 2004 года «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, по ссудной и приравненной к ней задолженности»

Также во внутреннем руководстве не определен перечень, какие именно условия считаются льготными из-за чего возможно увеличение размера РВПС. Необходимо определить данный перечень.

Следующий недостаток связан с подготовкой профессионального суждения по ссудам, выданным юридическим лицам. В методике указывается, что его необходимо производить в течении месяца после окончания периода, установленного для предоставления отчетности в налоговые органы. В связи с изменением в законодательстве промежуточная отчетность не предоставляется в налоговые органы. Следовательно, необходимо уточнить сроки вынесения профессионального суждения. Данные изменения лучше производить в соответствии с комментариями ЦБ.

### **Организация бюджетирования на предприятии**

Т.В. Баганец  
гр. ЭМС-801-О

Научный руководитель  
И.В. Руденко

Термин «бюджетирование» в экономической литературе имеет различные трактовки, но среди ученых и практиков единого мнения относительно данного понятия нет. С целью более подробного и всестороннего изучения понятия «бюджетирования» рассмотрим различные точки зрения на его определение ряда авторов. Так, термин «бюджетирования» каждый из авторов определял как:

– процесс согласованного планирования и управления деятельностью организации с помощью бюджетов и экономических показателей, позволяющих определить вклад каждого подразделения и каждого менеджера в достижение общих целей - Волкова О. Н.;

– это система краткосрочного планирования, учета и контроля ресурсов и результатов деятельности коммерческой организации по центрам ответственности и (или) сегментам бизнеса, позволяющая анализировать прогнозируемые и полученные экономические показатели в целях управления бизнес-процессами - Бурцев В. В.;

– это система планирования будущих доходов, расходов и финансовых результатов производственной деятельности предприятия, а также контроль и анализ исполнения бюджетов - Власова Н. С.;

- это с одной стороны, процесс составления финансовых планов и смет, а с другой – управленческая технология, предназначенная для выработки и повышения финансовой обоснованности принимаемых решений - Хруцкий В. Е. и Гамаюнов В. В.;

Исходя из множества определений, можно сказать, что применение бюджетирования обеспечивает рациональное управление ресурсами предприятия, позволяет усилить контроль и финансовую дисциплину, обеспечивает прозрачность и прогнозируемость финансовых

потоков. В самом общем виде назначение бюджетирования в организации заключается в том, что это основа :

- планирования и принятия управленческих решений в компании;
- оценки всех аспектов финансовой состоятельности компании;
- укрепления финансовой дисциплины и подчинения интересов отдельных структурных подразделений интересам компании в целом и собственникам ее капитала.

Бюджетирование на предприятии выполняет три основные функции (табл.1):

Таблица 1

Основные функции бюджетирования:

| <i>Название</i>             | <i>Характеристика</i>   |
|-----------------------------|---|
| <i>Функция планирования</i> | Исходя из стратегических целей предприятия, система бюджетирования решает задачи распределения финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия. Формируется количественная определенность выбранным перспективам развития предприятия, все затраты и результаты приобретают денежное выражение. |
| <i>Функция учета</i>        | Формирует основу управленческого учёта. Позволяет получать точную информацию: по подразделениям, видам продукции и т.п. Также позволяет сравнивать намеченные цели с действительными результатами работы предприятия.   |
| <i>Функция контроля</i>     | Бюджет представляет собой набор показателей (критериев) которые должны использоваться при контроле деятельности предприятия. Также, бюджетное планирование позволяет выявить отклонения от плановых показателей и скорректировать действия.   |

В научной литературе представлены различные подходы к выделению этапов бюджетного процесса, поэтому целесообразно их рассмотреть.

И. В. Солнцев разбивает процесс бюджетирования на следующие этапы:

- подготовительный (аналитический) этап, заключающийся в общем анализе ситуации;
- этап планирования, предполагающий составление конкретных планов и более детальный анализ состояния внешней и внутренней среды организации;

- непосредственно составление бюджетов, которое в обязательном порядке должно сопровождаться контролем и внесением коррективов;
- общий анализ проделанной работы и ее результатов, выводы.

Наиболее полная характеристика этапов представлена в работах О. Н. Волковой, О. Н. Лихачевой, О. И. Лаврушина, Б. И. Кычанова. Они полагают, что бюджетный процесс непрерывен, имеет циклический характер и состоит из трех последовательных взаимосвязанных этапов:

- 1) этап планирования;
- 2) этап реализации;
- 3) завершающий этап.

Процесс бюджетирования в экономической литературе трактуется как «упорядоченное взаимодействие увязанных во времени и в пространстве по ресурсам и исполнителям процессов планирования, мониторинга и регулирования целевых параметров управления предприятием». Его участниками являются все структурные подразделения и высшее руководство предприятия.

Принято выделять три составные части бюджетирования (табл. 2). При постановке бюджетного планирования на предприятии каждому элементу должно быть уделено должное внимание, поскольку отсутствие одного из трех элементов приводит к тому, что бюджетирование не дает положительных результатов.

Таблица 2

Составные элементы бюджетирования

| <i>Элементы бюджетирования</i> | <i>Содержание</i>  |
|--------------------------------|--|
| <i>Технология</i>              | Включает виды и форматы бюджетов, порядок консолидации бюджетов организации, порядок разработки главного бюджета, принципы бюджетирования.   |
| <i>Организация</i>             | Предполагает: 1) определение объектов бюджетирования (структурные подразделения, центры финансовой ответственности, бизнес-процессы, отдельные проекты);<br>2) формирование бюджетного комитета (в его состав входят руководители высшего уровня, которые наделяются всеми необходимыми полномочиями для принятия решения о приемлемости или неприемлемости бюджетов и |

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | <p>решения всех спорных вопросов);</p> <p>3) разработку бюджетного регламента, который представляет собой «установленный в организации порядок составления, представления, согласования, консолидации (обработки), оперативного контроля и оценки исполнения (проведения план-факт анализа бюджетов различных видов и уровней);</p> <p>4) формирование этапов бюджетного процесса.)</p> |
| <i>Автоматизация</i> | <p>Позволяет разрабатывать различные сценарии будущего финансового состояния предприятия и осуществлять оперативный сбор, обработку и консолидацию фактических данных.</p>  |

Процесс бюджетного планирования на предприятии, с технологической точки зрения, можно представить в виде последовательности этапов и процедур, имеющих между собой прямые и обратные связи (рис 1).



Рис. 1 Алгоритм подготовки, принятия и исполнения бюджета предприятия

Бюджетирование – это планирование и контроль финансово-экономического состояния компании. Есть два принципа, которые должны закладываться в построение эффективной системы планирования и контроля:

- планирование должно быть децентрализованным;
- контроль должен быть централизованным.

Уже на этом этапе нужно определить, кто будет заниматься бюджетированием и соответственно отвечать за него. В зависимости от размера и специфики деятельности организации это может быть один человек или целый отдел.

В бюджетировании (на этапе планирования) принимают участие практически все подразделения предприятия, а финансовая служба выступает в роли координатора данного процесса, а также выполняет функции, связанные с консолидацией бюджетов, подготовкой фактической информации, а также проведение план-фактного анализа исполнения бюджетов.

Разработка реалистичных бизнес-заданий зависит, прежде всего, от системного и четкого распределения функций бюджетного планирования между структурными подразделениями предприятия.

Управление бюджетированием начинается с назначения директора по бюджету: он отвечает за подготовительный процесс, стандартизацию проектных форм, сбор и сопоставление данных, проверку информации и предоставление отчетов.

Директором по бюджету обычно назначается финансовый директор, он выступает в качестве штатного эксперта и координирует действия отделов.

Для управления бюджетным процессом на предприятии создается бюджетный комитет.

Бюджетный комитет – это составленная из руководителей верхнего звена консультативная группа, которая может включать и внешних консультантов. Это постоянно действующий орган, который занимается тщательной проверкой стратегических и финансовых планов, даёт рекомендации, разрешает разногласия и оперативно вносит коррективы в деятельность компании. Решения бюджетного комитета утверждаются Генеральным директором.

Для повышения эффективности организации работ в процессе бюджетирования на предприятии необходимо создать отдел бюджетного планирования и анализа (ОБПиА).

Центры финансовой ответственности (ЦФО) - структурные подразделения предприятия или должностные лица, в функциональные обязанности которых входит контроль за составлением плана деятельности предприятия, состоящего из совокупности бизнес-заданий, а также за движением материально-финансовых ресурсов по закрепленным за ними статьям на этапе фактической реализации запланированных мероприятий.

На предприятии рекомендуется выделять следующие центры финансовой ответственности (центры принятия управленческих решений):

- ЦФО по доходам включает управление маркетинга и коммерческое управление;
- ЦФО по расходам включает управление производством и управление технического обеспечения и ремонта;

- ЦФО по прибыли включает управление финансами и экономикой;
- ЦФО по инвестициям включает управление техническим развитием и управление по работе с персоналом.

Центры затрат – направления расходования материально-финансовых ресурсов предприятия.

Как правило центры затрат - это обособленные структурные подразделения предприятия, в которых имеется возможность организовать нормирование, планирование и учёт издержек производства с целью наблюдения, контроля и управления затратами производственных ресурсов, а также оценки их использования.

Огромное значение для внедрения и успешного функционирования на предприятии системы бюджетирования имеет регламент, целями которого является описание бюджетного процесса. Регламент бюджетирования вкпе с методическим обеспечением прогнозирования и планирования определяют основы стандарта планирования финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Регламент бюджетирования определяет состав, взаимосвязь и последовательность бизнес-процессов, а также сроки выполнения и ответственных исполнителей. Регламент бюджетирования охватывает все этапы планирования и контроля исполнения бюджета, начиная с определения формата бюджета, формирования прогнозов, заканчивая утверждением и контролем бюджетных показателей.

Следует отметить, что организация бюджетного планирования достаточно сложная управленческая процедура, которая должна охватывать максимальное количество участников, необходимое для своевременного и правильного выполнения регламентированных задач.

Таким образом, бюджетирование на предприятии способствует: повышению эффективности использования ресурсов предприятия, обеспечению координации деятельности и обеспечению взаимосвязи интересов отдельных подразделений и предприятия в целом; обеспечению финансовой устойчивости и улучшению финансового состояния предприятия.

#### **Экономическая природа взимания НДС во внешнеторговых операциях**

С.С. Баженов  
гр. ЭНС-808-О

Научный руководитель  
Н.В. Миллер

В Российской Федерации НДС появился в 1992 и пришел на смену существовавшему тогда налогу с оборота и налогу с продаж. Преимущество данного налога проявилось в формировании доходов бюджета, ценовых пропорциях, а также во влиянии на

международную торговлю. Однако на последний счет нет единого мнения. Ученые по-разному оценивают природу НДС во внешнеэкономических операциях.

Так в научных кругах сформировались три точки зрения по данному вопросу. Первая точка зрения гласит, что НДС нейтрален по отношению к внешнеэкономическим торговым операциям. Сторонниками такого взгляда являются П.Кругман, М.Фельдштейн. Другие считают, что НДС стимулирует экспорт. К ним относятся А.Тайт, Дж.Волли. Наконец, третьи считают, что НДС оказывает негативное влияние на международную торговлю, в особенности на экспорт. Так считают М.Николсон, М. Дезаи и Дж.Хайнс.

Сторонники теории нейтрального влияния НДС на международную торговлю, П.Кругман и М.Фельдштейн, признают ошибочным мнение экспертов, что участники стран, в которых введен НДС, более конкурентоспособны, нежели их партнеры из стран, где НДС отсутствует. В своих научных изысканиях ученые ссылаются на труды А. Диксита и Дж. Гроссмана. А. Диксит в своей работе обосновал нейтральное влияние НДС на международную торговлю, используя относительность цен. Дж. Гроссман доказал свое мнение отталкиваясь от принципа страны назначения [1].

Теория нейтрального влияния НДС на международную торговлю гласит, что взяв за основу допущение классических теорий внешней торговли, о том, что торговля через некоторое время становится сбалансированной, торговый баланс возникает, когда стоимость импорта равняется стоимости экспорта. Применяя принцип места назначения к стране, в которой один товар экспортируется, а затем точно такой же товар импортируется, мы приходим к выводу, что НДС трансформируется в налог на чистый импорт. А ввиду того, что торговый баланс возникает при условии нулевого значения чистого импорта по теории внешней торговли, налог на добавленную стоимость впоследствии никак не влияет на международную торговлю.

П. Кругман, М. Фельдштейн делают замечание, что "глубокое убеждение о том, что НДС является искажающим торговлю курсом, отражает несостоятельность части неэкономистов понять базовые экономические аргументы" [2,с.264]. В своих теориях они отталкиваются от «идеального» налога на добавленную стоимость, делая допущение, что вся произведенная продукция облагается по одной ставке. В таком случае НДС не оказывает влияние на рассредоточение ресурсов по секторам, участвующими и не участвующими в торговле. Иными словами говоря, налог на добавленную стоимость никоим образом не влияет на номинальные цены, выраженные в иностранной валюте. Следовательно, в краткосрочном периоде НДС не влияет на внешнеэкономические операции при условии постоянных обменных курсов. С другой стороны мы понимаем, что в действительности налог на добавленную стоимость не является «идеальным», так как законодательством большинства государств

установлены разные ставки НДС, а также льготы, что приводит к невозможности обложения отдельных этапов производства.

Другая точка зрения на тему влияния НДС в международной торговле основывается на стимулирующей роли налога на экспорт. Безусловно, каждая страна заинтересована в развитии внешней торговли, так как это напрямую влияет на развитие внутренней экономики, благоприятно сказывается на платежном балансе, создавая условия для международных торговых отношений. Для поддержания предприятий, занимающихся экспортом, государство формирует свою налоговую систему так, чтобы им было выгодно осуществлять свою деятельность по реализации товаров. В этой связи в большинстве стран на уровне федерального законодательства предусмотрены налоговые льготы, в частности, освобождение отдельных операций или групп товаров от налогообложения, а также применение нулевой ставки. Как правило, налоги на доходы взимаются с национальных производителей, а иностранные не облагаются. В ситуации же с косвенными налогами, в частности, с НДС наоборот: налог взимается в случае реализации на импорт товаров, а реализация на экспорт имеет льготное налогообложение.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что производители из стран, в которых введен НДС, имеют больше конкурентных преимуществ, по сравнению с производителями из стран, в которых отсутствует НДС. Эти конкурентные преимущества проявляются в цене: произведенные и реализуемые в странах без НДС товары при продаже на экспорт увеличивают свою стоимость, что сказывается на их ценовой привлекательности, в свою очередь, товары, произведенные в странах с НДС по идентичной цене в странах без НДС при экспорте оказываются дешевле для производителя из стран с НДС. В этой связи налог на добавленную стоимость положительно сказывается на величину экспорта и уровень цен.

Согласно третьей точки зрения, НДС оказывает негативное воздействие на международную торговлю. М. Дезаи и Дж. Хайнс, которые приводят сведения о том, что "страны, использующие НДС, на одну треть экспортируют меньше, чем страны, которые не используют НДС, и увеличение поступлений НДС на 10% связано со снижением экспорта на 2%" [1]. Данные авторы замечают, что налог на добавленную стоимость сильнее воздействует на государства с низкими доходами, чем на государства с высокими доходами, причем это воздействие носит негативный характер даже среди государств с высокими доходами.

Авторы также отмечают, что сложность администрирования НДС существенно влияет на поведение экспортеров и импортеров. Опыт использования НДС свидетельствует о том, что этот налог зачастую "тормозит" развитие международной торговли, так как государства, самостоятельно выбирающие для налогообложения связанные с торговлей секторы

экономики, обычно облагают их более высокой эффективной ставкой налога, в результате чего такие страны имеют меньшие объемы импорта и экспорта.

В этих условиях государства, которые принимают решение облагать НДС только импортные операции, не имеют постоянной возможности в полном размере и в нормативные сроки осуществлять возврат налога при экспорте, а это негативно отражается как на объемах экспорта, так и на объемах импорта.

Следующим аргументом в пользу негативного влияния НДС являются упущенные возможности, которые связаны с особенностями развития экономик и политических систем. В частности, большинство государств с малоразвитыми отраслями экспорта при использовании других отличных от НДС налогов могли бы иметь высокие налоговые доходы. Слишком большие административные затраты, порой не всегда очевидны, а, значит, могут возникать проблемы приемлемости в отношении налогово-трансфертной политики государства, что также негативно отражается на поведении налогоплательщиков.

Несложно догадаться, что усложненный порядок уплаты и возврата НДС привел к ситуации, когда большинство экспортеров на законных основаниях пробуют добиться возврата НДС, но порой такие попытки остаются тщетными. Чаще всего это происходит в силу препятствий, которые создают налоговые и таможенные органы, в результате чего возврат НДС происходит в поздние сроки, либо такой возврат вообще не осуществляется.

В этой связи на протяжении последних лет в научных кругах, в органах федеральной власти, а также среди бизнесменов вопрос целесообразности применения НДС является дискуссионным.

Стоит добавить, что налог на добавленную стоимость также изымает из оборотного капитала значительные суммы на продолжительный срок. А ведь эти средства могли бы пойти на дальнейшее развитие бизнеса, что в свою очередь принесло бы больший доход и, как следствие, дополнительные прямые налоговые поступления.

Таким образом, экономическая природа взимания НДС во внешнеторговых операциях неоднозначна, однако большинство сторонников неоклассической теории рассматривают эту роль как нейтральную, что подтверждается принципами страны назначения и нейтральности.

---

1. Чекина В.Д., Виецкая О.В, Филиппова Н.В. Роль налога на добавленную стоимость в международных торговых отношениях: теоретический аспект// *Налоги и финансовое право*.- 2012.- N 3;

2. Krugman P. International trade effects of value added taxation / Paul Krugman, Martin Feldstein // *Taxation in the Global Economy* edited by A. Razin, J. Slemrod. University of Chicago Press, 1990;

## **Сравнительная характеристика системы налогообложения доходов граждан в России и за рубежом**

А. Р. Бахтиярова  
гр. ЭЭБ-105-О

Научный руководитель  
Н. В. Миллер

Подходный налог прошел достаточно длинный путь становления, его формы и функции менялись в зависимости от исторического развития государства, в котором он применялся. В западных странах, в частности в Великобритании, подходный налог существует около трех столетий, в США практика подходного налогообложения применяется чуть более 250 лет. В России подходный налог возник в конце правления Николая II для покрытия военных расходов. В период становления советской власти данный налог использовался в качестве инструмента изъятия доходов, обеспечивающих рост капиталистического накопления. Впоследствии его главной функцией стало обеспечение принципа уравнительности в объемах доходов у различных категорий населения. В отличие от России, в большинстве зарубежных стран подходный налог являлся одним из способов увеличения доходной части государственного бюджета и регулирования экономики, стимулирования граждан для осуществления экономической деятельности. Но в военные годы и в России, и за рубежом в первую очередь увеличивали именно подходный налог представлял собой один из главных источников финансирования многочисленных военных расходов.

Подходный налог является основным источником формирования доходов государственного бюджета в большинстве экономически развитых стран мира. В Российской Федерации налог на доходы физических лиц входит в число основных источников формирования доходной части бюджета государства. Но как показывает практика, он не соответствует уровню развития аналогичных налогов в развитых странах ни по степени достижения экономической эффективности, ни по соблюдению социальной справедливости при его применении.

Главной целью для развития подходного налогообложения является достижение оптимального соотношения между экономической эффективностью и социальной справедливостью налога. Поэтому необходимы такие ставки налога, которые обеспечивали бы максимально справедливое перераспределение доходов при минимальном ущербе интересам налогоплательщиков от подходного налогообложения.

Один из способов для достижения экономической и социальной эффективности налога в 1974г. предложил американский экономист Артур Лаффер. Он установил математическую зависимость дохода бюджета от уровня налоговых ставок. Лаффер пытался доказать, что в данный момент времени США находятся в направленном вниз отрезке

кривой. В этот момент налоговые ставки были так высоки, что их снижение действительно могло привести к увеличению налоговых поступлений.

В 1980 г. Р. Рейган был избран президентом и поставил сокращение налогов в центр своей политической платформы. Р. Рейган утверждал, что налоги настолько велики, что они превратились в антистимулы к работе. Он считал, что снижение налогов даст людям новые стимулы к работе, увеличит экономическое благосостояние и, возможно, даже налоговые поступления. Так как сокращение налогов было направлено на побуждение людей увеличить предложение труда, концепции А. Лаффера и Р. Рейгана называли экономической теорией предложения.

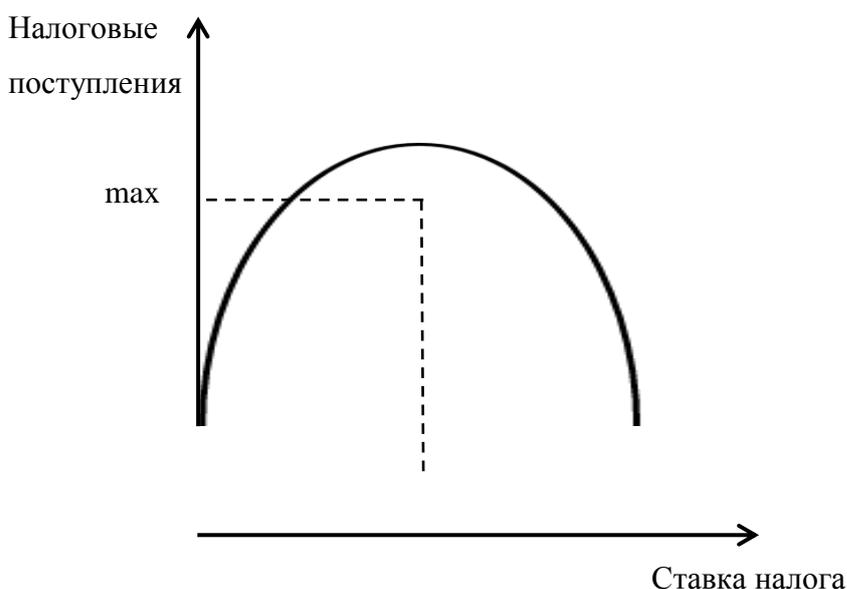


Рис. 1. Кривая А.Лаффера

Но впоследствии история опровергла предположение А. Лаффера о том, что снижение налоговых ставок приведет к росту налоговых поступлений. После того, как Конгресс одобрил предложение об уменьшении налогов, поступления от подоходного налога за 1980-1984 гг. сократились на 9 %, хотя средний доход населения вырос за этот период на 4%. Во время пребывания Р. Рейгана на посту президента в течение двух сроков и в течение многих лет после его ухода бюджет США сводился с громадным дефицитом. Впрочем, доводы А. Лаффера не остались без внимания. В 1980-х гг. после снижения налоговых ставок объем поступлений от богатейших американцев действительно возрос, а значит идея А. Лаффера вполне применима по отношению к тем налогоплательщикам, которые платят налог по самым высоким ставкам.

Сравнивая системы налогообложения доходов граждан в России и за рубежом можно отметить несколько принципиальных отличий. Для развитых стран характерно то, что

подоходный налог составляет около половины доходов государственного бюджета, наличие необлагаемого минимума, прогрессивная шкала налогообложения, система вычетов, имеющая ярко выраженную социальную направленность. В России в последние годы доля налога на доходы физических лиц в бюджете не превышала 12-13%. Применение плоской шкалы налогообложения и отсутствие необлагаемого минимума отрицательно сказывается в основном на той части населения, которая имеет средний уровень доходов или ниже. Незначительная экономическая эффективность предоставления налоговых вычетов влечет за собой широкое распространение чисто российской практики массового укрывательства от налогообложения лиц с высокими доходами, в связи с чем в бюджет поступает не более половины от всех положенных сумм этого налога. Вместе с тем, как это не парадоксально, основную долю этого налога обеспечивают в бюджете Российской Федерации поступления от доходов низкообеспеченной части населения, поскольку здесь наиболее низкий процент укрывательства от налогов.

В настоящее время база для значительных изменений еще не подготовлена. Поэтому единственным выходом из данной ситуации остается постепенное реформирование, заключающееся в приведении налога в соответствие с современными реалиями: необходим пересмотр размеров ряда вычетов, совершенствование и упрощение процедуры их предоставления. Что касается других перспектив реформирования, то необходимо помнить, что, с одной стороны, должны быть учтены интересы налогоплательщиков, а с другой стороны это не должно привести к сокращению платежей в бюджет.

### **Инновационное развитие вузов Республики Казахстан**

З.С. Берсагурова

Научный руководитель

гр. ЭММ 205-0-001

С.Н. Кужева

Инновационное развитие вуза – это процесс качественных изменений системы, предпосылкой, условием и содержанием которых выступают инновации и нововведения, обеспечивающие ее оптимальное и устойчивое развитие.

Инновационная стратегия развития высшего учебного заведения является важнейшим фактором успешной деятельности вуза в современных условиях. Если ранее вузы могли успешно функционировать, концентрируя внимание в основном на рациональном использовании своего внутреннего потенциала, то в настоящее время назрела необходимость перехода вуза из режима функционирования в режим развития. Стратегия инновационного развития определяет “что изменить” и “как изменить”. Ответы на эти вопросы дают возможность проектировать механизм инновационного развития вуза как системы. В рамках инновационной стратегии вузы проводят политику ориентации и

переключения на потребительский спрос, тщательное изучение будущих контрагентов, контактов с конкурентами, новыми коммерческими структурами, определяя при этом их надежность и перспективу. Долгосрочные цели в инновационной стратегии определяются результатом анализа изменений во внешней и внутренней среде вуза.

Инновационная модель развития вуза диктует необходимость глубокой интеграции научной, образовательной и инновационной деятельности, разработки и внедрения механизмов, повышающих реальную конкурентоспособность за счет повышения качества всех видов деятельности. Главная задача инновационного вуза - качественная подготовка инновационно ориентированных специалистов в приоритетных областях техники и технологий на основе единого процесса получения, распространения и применения новых знаний. Такая подготовка специалистов для инновационной экономики потребовала формирования инновационной среды вуза, а также соответствующей квалификации и культуры преподавателей.

В современных условиях деятельность казахстанских вузов, как образовательных центров и центров фундаментальных и прикладных исследований, получает логическое продолжение, охватывая создание, освоение и распространение инноваций. Вузы, являющиеся производителями и потребителями знаний, становятся инновационно-активными хозяйствующими субъектами.

Высшая школа Казахстана проводит работу, связанную с развитием инновационной деятельности. Создается инновационная инфраструктура, в которую входят университетские технопарки, инкубаторы бизнеса, инновационно-технологические центры, центры коммерциализации и трансферта технологий, центры сертификации и консалтинга, фонды поддержки инновационной деятельности. Разрабатывается научно-методическое и нормативное обеспечение научно-исследовательской и инновационной деятельности. Осуществляется подготовка и переподготовка кадров по инновационной деятельности. Организуются и выполняются научно-исследовательские и инновационные проекты и программы, направленные на поддержку инновационной деятельности университетов, технопарков и других структур. Выполняются проекты, направленные на создание наукоемкой продукции.

Несмотря на значительные изменения, произошедшие за последнее время в казахстанской системе образования, эффективность инновационной системы высшей школы является низкой.

Развитие вуза можно считать инновационным, если большая часть прироста показателей его деятельности обеспечивается за счет инновационной деятельности. Вместе с

тем, подавляющее большинство высших учебных заведений развивается экстенсивно, а высшая школа Казахстана в целом реализует модель «догоняющего развития».

Большинство вузов на рынке преследуют одну и ту же цель – догнать или перегнать конкурентов, поэтому они следуют одинаковым стратегиям. В результате на рынке нет явного лидера, а борьба за долю в нем сводится к постепенному снижению издержек и повышению качества образовательных программ.

Одной из главных причин такого положения является отсутствие комплексного инновационного подхода ко всем сферам деятельности вуза, а именно:

- отсутствие на уровне МОН РК нормативных правовых актов, обеспечивающих взаимосвязь фаз единого инновационного цикла в научно-технической и образовательной сферах;

- преобладание технократических подходов к формированию инновационной деятельности на основе морально устаревшей идеологии НИОКР и связанная с этим недооценка роли маркетинга, бизнес-планирования и дизайна в решении проблем коммерциализации результатов инновационной деятельности;

- неразвитость проектно-конструкторско-технологической и опытно-производственной баз вузов;

- слабость инновационной инфраструктуры вузов;

- отсутствие надежных связей вузов с промышленностью, экономикой, социальной сферой регионов;

- отсутствие системных связей между вузами и академическим и отраслевым секторами науки, их инновационными системами;

- неразвитость бизнес-окружения вузов.

Инновационное развитие вуза – это процесс системного, комплексного, взаимоувязанного, взаимосогласованного внедрения инноваций и инновационной деятельности во все его сферы: научную, образовательную, сферу управления, финансовую, воспроизводство научно-педагогических кадров. Это объективно обусловленный, целенаправленный и необратимый, локально неравновесный, разворачивающийся во времени процесс перехода вуза из одного состояния в другое, который характеризуется внутренними созидательными преобразованиями. Данный процесс осуществляется посредством целенаправленных преобразований на основе инновационной деятельности вуза или привнесения качественно новых элементов, свойств и характеристик.

Вузы-инноваторы вырываются вперед, создавая новые рынки и предлагая продукты, аналогов которым нет. Эта стратегия предполагает новый взгляд на конкуренцию и постоянный поиск новых возможностей. Прежде чем разрабатывать стратегию

инновационного развития вуза, необходимо определить, какие факторы делают это развитие инновационным. Далеко не каждый вуз может избрать инновационный тип развития, так как для этого вузу необходимо обладать инновационностью, то есть способностью и готовностью к поиску, созданию, реализации и распространению нового.

Инновационным является вуз, в котором одновременно реализуются три вида процессов:

- разработка студентами настоящих проектов в различных отраслях экономики;
- проведение фундаментальных и прикладных исследований;
- применение технологий образования. Предоставляющих студентам шанс выбора курсов учебы .

Если образование не встроено в пазл связей с наукой и инновационной промышленностью, общество получает лишних, невостребованных людей, которых непонятно, где и как использовать, либо людей антисоциальных, ненавидящих власть и готовых разнести вдребезги существующий социальный порядок .

Вузы должны осуществлять подготовку специалистов, владеющих новыми профессиональными знаниями и навыками их применения и развития в практической деятельности, а также специалистов, способных генерировать знания, оценивать эффективность различных методов обучения, обладающих навыками управления знаниями, умеющих работать в команде и обладающих лидерскими качествами.

Выделяют три группы критериев эффективности образовательной деятельности вуза.

Образовательные критерии: доля выпускников программ магистратуры, МВА, докторантуры PhD, в общей численности выпускников; доля дисциплин учебного плана, преподаваемых с использованием активных методов обучения (case-study, тренажерные комплексы, имитационные системы, деловые игры, проектно-аналитические сессии и т.п.); доля поступивших на первый курс победителей олимпиад; средний балл ЕНТ среди зачисленных на 1 курс (на бюджетные и внебюджетные места); доля ППС и научных сотрудников моложе 40 лет; приведенное на единицу численности студентов количество персональных компьютеров в учебном процессе ВУЗа (процессор P2 и выше); приведенное на единицу численности студентов количество персональных компьютеров с возможностью доступа в Internet; доля выпускников, закончивших ВУЗ в рамках целевых программ подготовки.

Научно-исследовательские критерии: объем НИОКР и проектно-аналитических работ, приведенный на единицу численности научного и профессорско-преподавательского состава; численность ППС и научных сотрудников с учеными степенями по профильным

дисциплинам, приведенная на единицу численности научного и преподавательского состава; количество преподавателей и научных сотрудников, участвующих на базе или с участием вуза в работе технопарков, бизнес-инкубаторов, научно-внедренческих предприятий, совместных конструкторских бюро, патентных агентств и иных элементов инновационной инфраструктуры, приведенное на единицу численности научного и преподавательского состава; доля преподавателей-практиков.

Международные критерии: доля граждан иностранных государств в общем количестве студентов, в том числе из стран дальнего зарубежья; количество международных проектов в сфере образования и науки, приведенное на единицу численности научного и преподавательского состава; доля приглашенных зарубежных профессоров; доля выпускников с участием зарубежных партнеров в общей численности выпускников вуза.

Перечисленные выше критерии эффективности образовательной деятельности вуза зависят от специфики высшего учебного заведения и варьируют от вуза к вузу.

Для инновационного развития вуза существуют объективные и субъективные предпосылки. К объективным предпосылкам относится экономическая эффективность образовательных инноваций. В то же время, в практике многих вузов возникают ситуации, когда, несмотря на высокую степень инновационности создаваемого образовательного продукта, успешная его реализация, включая этап коммерциализации, не происходит. Субъективные предпосылки определяются желанием, амбициями и целями в отношении развития именно инновационных продуктов и представляют собой личностную актуальность инновационного развития для топ-менеджмента вуза.

При анализе объективных предпосылок инновационного развития вуза экономическую эффективность образовательных инноваций можно определять с помощью теории инновационного анализа С.Б. Переслегина, основывающейся на исследовании трех независимых параметров: внутренней десинхронизации системы; внешней десинхронизации системы; времени жизни системы.

Применительно к вузу, физическое (определяемое через число повторений циклических процессов) и историческое (понимаемое, как мера изменений) время, в котором существуют вуз и его образовательная деятельность, не может быть определено одновременно. «Погрешность синхронизации» приводит к тому, что образовательная программа как бы «расплывается во времени» – в ней сосуществуют элементы, относящиеся к разным временам. Так, в образовательной программе наряду с существующим содержанием, могут измениться образовательная технология, необходимое материально-техническое обеспечение, квалификация ППС и т.п.

Анализ объективных предпосылок инновационного развития вуза позволяет сделать следующие выводы.

В связи с тем, что в основе инновационной стратегии вуза лежит управление процессом формирования эффективных образовательных программ, предлагаемые критерии эффективности образовательных инноваций позволяют модернизировать научную деятельность вуза именно в тех областях, в которых данный вуз имеет преимущества перед другими.

Результаты инновационного анализа образовательных программ являются источником информации для обеспечения инфраструктуры учебного процесса по данным программам, лежат в основе моделирования микромоделей учебного процесса, и, как следствие, изменения общей структуры вуза.

Отказ от неэффективных образовательных продуктов позволяет оптимизировать затраты вуза, что является основой завоевания достойных позиций во внешней среде.

### **Проблемы организации внутреннего маркетинга на предприятии**

Ю.А. Блинова

Научный руководитель

гр. ЭММ 205-0-001

Г.Е. Чернобаева

Основным требованием к компании, стремящейся выдержать обострившееся конкурентное давление и сохранить устойчивое положение на рынке, становится гибкость в использовании современных технологий, в том числе и в сфере управления. В компаниях, основная деятельность которых заключается в продаже продукта или услуги, «внешний» маркетинг может достичь поставленных целей перед организацией целей только при условии, что сотрудники имеют абсолютно ясное представление и эмоциональную приверженность тому, что составляет ее коммерческое предложение, и к ее бренду. Принимая и осознавая этот факт, руководители компании приходят к необходимости и актуальности рассмотрения вопросов внутреннего маркетинга. Для того чтобы эффективно удовлетворять потребности внешних клиентов, быть конкурентоспособной на рынке организация должна эффективно удовлетворять потребности своих внутренних клиентов.

Внутренний маркетинг заключается в том, что отношения компании и работников строятся на тех же основаниях, что и клиентов. Компания предлагает «особый продукт» - должность компании с ее специфическими правами и обязанностями. Работник «покупает» этот продукт, «оплачивая» его своим трудом. Таким образом, ориентация на клиента – основа традиционного понимания маркетинга – дополняется ориентацией на «внутреннего потребителя» - сотрудника.

Персонал компании является внутренним потребителем. Поэтому целью внутреннего маркетинга компании будет являться удовлетворение потребностей персонала. Соответственно, для того чтобы эффективно удовлетворять потребности персонала необходимо выявить их и разработать инструменты для их удовлетворения.

Концепция внутреннего маркетинга может быть рассмотрена по аналогии с традиционным комплексом маркетинга (“4P”- product, price, place, promotion). Рассмотрим элементы комплекса маркетинга:

Продукт – это работа, предлагаемая организацией сотруднику. Удовлетворение персонала внутренним продуктом зависит от того, насколько потребительские свойства этого продукта соответствуют ожиданиям персонала.

Цена внутреннего продукта – это стоимость материальных, социальных и иных благ, получаемых сотрудниками за свою работу. Цена внутреннего продукта определяется степенью стимулирования труда сотрудников.

Место (способ доведения внутреннего продукта) – правильное распределение сотрудников и поручаемой им работы, внутри организации. Данный компонент рассматривается с точки зрения эффективности организационной структуры и распределения задач, прав и ответственности.

Продвижение внутреннего продукта – это создание системы эффективных маркетинговых коммуникаций между участниками внутреннего рынка. Не следует забывать об общих организационных коммуникациях.

Таким образом, внутренний маркетинг – это планомерные действия по использованию маркетинговых инструментов внутри организации, направленных на мотивацию и межфункциональную интеграцию клиентоориентированного персонала, преодоление сопротивления изменениям в целях эффективного удовлетворения потребностей внешних клиентов.

Персонал большинства компаний представлен следующими категориями: руководители, специалисты, квалифицированные рабочие, низкоквалифицированные рабочие.

На рынке труда, как и на рынке товаров и услуг, представлено множество компаний, предлагающих различные по наполнению «особые продукты» и находящиеся в поиске своего потребителя. Для того чтобы понять, что именно компания делает для своих внутренних потребителей рассмотрим главные принципы, лежащие в основе понимания потребителя и покажем, как эти принципы отражаются в управлении персоналом:

1. Потребитель – хозяин. Определив мотивацию и потребности уже работающих сотрудников компании отдел управления персоналом разрабатывает программы монетарной и

дополнительной мотивации сотрудников. В связи с появлением в компании новых внутренних потребителей, то периодически структура потребностей меняется и, соответственно, происходит корректировка систем мотивации.

2. Для успеха в бизнесе нужно понимать мотивацию потребителя и его поведение. Программы мотивации периодически корректируются. На этапе отбора у кандидатов определяют мотивации к работе на определенной должности.

3. Поведение потребителя подвержено влиянию. Персонал компании, общаясь со своей референтной группой зачастую сравнивает условия труда, предлагаемые на рынке и предлагаемые компанией. Для удержания значимого для компании персонала необходимо формировать лояльность персонала к компании и предупреждать воздействия на персонал конкурентов.

4. Работая с потребителем, необходимо соблюдать социальную законность и этическую чуткость. В отношении таких потребителей, как персонал, необходимо строго соблюдать ТК РФ, так как отдел управления персоналом для персонала является представителем работодателя.

Решение задач внутреннего маркетинга осуществляется с помощью методов, заимствованных из внешнего маркетинга, например, маркетинговых (социологических) исследований, сегментации и позиционирования, маркетинговых коммуникаций, разработки стратегии и тактики по отношению к персоналу и так далее. Большая часть этих задач решается в рамках компании с помощью эффективного управления персоналом.

Результатом внутреннего маркетинга является взаимодействие внутренних поставщиков и потребителей. При этом в большинстве случаев один и тот же сотрудник (группа сотрудников, отдел) выполняет одновременно функции и внутреннего поставщика, и внутреннего потребителя. Так как сотруднику приходится выполнять, как минимум, две роли в течение рабочего дня, то могут возникать проблемы организации внутреннего маркетинга.

Проблемы организации внутреннего маркетинга на предприятии могут носить разноплановый характер. Это могут быть проблемы, связанные с изменениями структуры потребностей персонала, их квалификацией, с ситуацией на внешнем рынке товаров и услуг, с финансовым положением предприятия и так далее. Так как внутренний маркетинг тесно взаимодействует с управлением персоналом, поэтому руководителю организации необходимо выстроить взаимовыгодные отношения между сотрудниками, а также необходимо обратить внимание на организацию деятельности внутри компании. Так как большая часть действий по реализации внутреннего маркетинга находится в зоне ответственности отдела управления персоналом, то необходимо уделить особое внимание

квалификации, опыту специалистов отдела управления персоналом, а так же тому, насколько качественно реализуются функции управления персоналом на предприятии.

Только своевременно анализируя и корректируя выполнение функций управления персоналом в части внутреннего маркетинга, компания сможет управлять проблемами внутреннего маркетинга и действовать эффективно.

### **Проект управления брендом компании на основе консалтинга**

А. Буякова

гр. ЭММ 202-О-11

Научный руководитель

И.В. Катунина

Определить сущность консалтинга в двух словах невозможно, это целый комплекс услуг, предоставляемых консалтинговой компанией корпоративным клиентам, которые заинтересованы в оптимизации своего бизнеса.

Консалтинговую деятельность условно можно разделить на два вида: предоставление профессиональных услуг компаниям и личностное консультирование отдельных людей. Консультанты анализируют существующие бизнес-процессы клиентов, рассматривают перспективы развития и использования различных инноваций (экономических, научно-технических, организационных) с учетом особенностей бизнеса клиента и области, в которой строится бизнес. Каждая из консалтинговых компаний предоставляет различный спектр услуг, как узконаправленный, например, аудит, так и широкий круг, охватывающий все услуги этой области, поэтому каждая из них сущность консалтинга раскрывает по-своему.

В наиболее широком смысле консалтинг трактуется как любая помощь, которую оказывают фирме внешние консультанты при решении разных проблем. Консалтинг решает вопросы финансовой, экономической, инвестиционной деятельности организации. Консультанты помогают при стратегическом планировании и ведении бизнеса, они занимаются оптимизацией общего функционирования компании, а также исследуют рынки сбыта и прогнозируют движения цен. Кроме того, консалтинговая компания решает проблемы управленческой деятельности, улучшая качество руководства. В этом и состоит цель и сущность консалтинга вместе с повышением эффективности деятельности компании в целом, а также с увеличением производительности труда каждого взятого в отдельности работника.

За услугами в консалтинговую компанию обращаются в нескольких случаях. Такое случается, когда предприятие собирается перестроить всю систему. Это может быть связано с расширением, с изменением форм собственности, с изменением направления деятельности предприятия или переориентацией на более выгодные и перспективные условия работы. Также предприятию может понадобиться помощь, если оно создает себе позитивный имидж

либо утверждает свои позиции на рынке. Тогда консультант проводит аудиторскую проверку, чтобы сделать ее результаты достоянием общественности. И последний случай это критическое положение предприятия, когда самостоятельно справиться с ситуацией не хватает ни опыта, ни внутренних ресурсов.

Актуальность управленческого консультирования обусловлена, по крайней мере, двумя причинами:

- подразумевается использование специалистов более высокого уровня, нежели имеются в штате компании,
- использование услуг консультантов не обременяет компанию известными социально-трудовыми обязательствами и, следовательно, делает ее более гибкой (что особенно важно в условиях неустойчивого рынка).

Все более популярными услугами консалтинговых фирм становятся такие проекты, как разработка и создание, а также модификация бренда.

Специалисты оперируют несколькими понятиями, упоминая «бренд». Любой бренд обладает особыми атрибутами. Это функциональные и эмоциональные ассоциации покупателей товара. Они могут быть позитивными или негативными, а также обладать различным влиянием на разные типы покупателей. Несмотря на это, каждый бренд имеет основную характеристику, составляющую его суть. Это и определяет индивидуальность бренда, которую должен создать и поддерживать специалист по бренду.

Как правило, бренд создается, а также преподносится публике в соответствии с существующими законами маркетинга. В некоторых областях брендинг представляет собой нечто большее, чем просто часть маркетинга. Нередко брендинг выходит из его рамок, так как включает в себя компоненты, не входящие в сам маркетинг. Если говорить о восприятии человека, то при брендинге должны использоваться психологические знания. Если рассматривать внешнюю привлекательность бренда, то, безусловно, следует учесть присутствие в брендинге и составляющих его тезисов из области маркетинга.

Не на всех рынках брендинг применим, что явно отличает его от маркетинга. В определенных ситуациях даже говорить о брендинге просто бессмысленно.

Так, любой распространитель товара может доказывать, что его товар имеет бренд, а никто этого не оспорит именно из-за неточного определения данного термина. Ниже приведены количественные показатели, которые помогут владельцу фирмы развить свой товар в бренд.

Товар считается брендом, если:

- он доступен 75 % покупателей;

- 75 % целевой аудитории может просто по одному названию бренда назвать отрасль деятельности;
- минимум 20 % покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно;
- минимум 20 % покупателей из целевой аудитории могут верно опознать основные характеристики бренда;
- товар существует на рынке как минимум 5 лет;
- покупатели в любом случае будут платить за этот товар больше, чем за аналогичные товары в категории.

Бренд - это название и в то же время термин и знак, символ или любая другая ценность, которая идентифицирует товары или услуги одного продавца, отличает от других товаров или услуг таких же продавцов.

Брендинг - процесс, нацеленный на создание и позиционирование уникального «лица» компании, ее продуктов и услуг. Конечная цель брендинга - создание бренда, который, благодаря своей уникальной внешней форме, посланию и внутреннему содержанию, максимально отвечает ожиданиям потребителя, воспринимается целевой аудиторией целостно и отчетливо, привлекает внимание и внушает доверие, вызывая желание приобрести товар или услугу бренда. Брендинг является ключевым и необходимым инструментом для успешного функционирования компании как в сфере b2c, так и b2b. Брендинг может подразумевать как создание нового бренда с нуля, так и модификацию существующего бренда.

Разработка бренда включает несколько этапов.

#### 1. Исследование рынка.

В ходе исследования специалисты по брендингу находят ответ на такие вопросы, как: кто является основными конкурентами компании; как конкуренты решают вопрос брендинга; какие внутренние мотиваторы и внешние элементы используются конкурентами для эффективного позиционирования бренда и так далее.

Результаты исследований по брендингу помогают детально изучить потребительский менталитет, а также выявить свободные ниши позиционирования, которые слабо используются брендами конкурентов и могут быть эффективно задействованы в дальнейшем процессе создания нового бренда.

#### 2. Формирование гипотез позиционирования.

Специалисты по брендингу разрабатывают несколько вариантов идеологической платформы бренда. Идеология определяет брендинг. Идеология выражает те нематериальные мысли, образы и желания, которые должны сформироваться в сознании потребителя в момент, когда он сталкивается с продуктом бренда или с любым

коммуникационным посланием, относящемся к бренду. Идеология — это платформа ценностей, на основе которой делаются дальнейшие шаги по разработке бренда. Также на данном этапе создания бренда для каждого предложенного варианта идеологии разрабатывается собственная визуальная идентификация, айдентика. Она должна полностью отвечать ключевым составляющим выбранной идеологии.

### 3. Выбор и доработка окончательной версии.

По результатам тестов, проводимых в процессе создания бренда, выбирается и дорабатывается вариант с самой эффективной идеологией коммуникации, неймингом и самой сильной визуальной идентификацией. Финальный этап брендинга включает такие составляющие, как регистрация названия бренда, создание концепции айдентики, разработка визуальной идентификации бренда и всех составляющих фирменного стиля. На финальном этапе работ по созданию бренда специалисты по брендингу создают brand-book. Это детализированная инструкция, в которой прописаны все правила эффективного, объемного применения элементов бренда в следующих сферах внутренних и внешних коммуникаций.

Другим сценарием работ по брендингу может быть модификация уже существующего бренда — ребрендинг. На первый взгляд, данное направление брендинга кажется менее трудозатратным, но это не так. Иногда бренд, который требует создания с нуля, разработать легче, чем откорректировать бренд, уже имеющий значительную историю позиционирования и восприятия целевой аудиторией.

В случае модификации бренда работы также начинаются с исследования. Но если при создании совершенно нового бренда основной акцент исследования делается на конкурентной среде и потребительском анализе, то здесь все внимание фокусируется на анализе самого бренда. Специалисты по брендингу отвечают на такие вопросы, как: какие элементы бренда оказались малоэффективными и требуют корректировки; как воспринимается потребителями нейминг бренда; какие слабые места существуют в визуальной идентификации бренда; какие вопросы и негативные аспекты восприятия бренда существуют у целевой аудитории; что бы хотелось увидеть потребителю в бренде прежде всего?

По результатам исследования специалисты по брендингу могут корректировать идеологическую платформу бренда, и уже на базе этих изменений корректировать айдентичку торговой марки.

## **Стратегия дифференциации ОАО «Газпромнефть- Омск»**

Е.Е. Буюкова  
гр. ЭМС-901-О

Научный руководитель  
А.М. Попович

Актуальность данной темы обусловлена разработкой стратегии дифференциации ОАО «Газпромнефть-Омск» в настоящее время, а именно - выводением нового продукта – бензина с улучшенными характеристиками G-98 на рынок Омской области.

Общую цель маркетинговой деятельности ОАО «Газпромнефть – Омск» на данном этапе определяет как увеличение доли рынка до 85%. Для достижения поставленной цели было начато планирование стратегии дифференциации. Специалисты отдела маркетинга и коммерческого отдела ОАО «Газпромнефть» приняли решение о выведении нового продукта на рынок на основе:

- 1) анализа соотношения различных видов продукции, находящихся на различных стадиях жизненного цикла;
- 2) анализа уровня развития ассортимента фирм-конкурентов массового сегмента.

Все игроки топливного рынка РФ для дифференциации своего торгового предложения используют брендированное топливо. Вывод на розничный рынок фирменного топлива является мировым трендом в производственных программах большинства крупных производителей нефтепродуктов и имеет целью наиболее полное удовлетворение потребностей автомобилистов в горючем, улучшающем экологические и экономические показатели современных транспортных средств. G-Drive не уступает конкурентным маркам по качеству, но уступает по количеству видов брендированного топлива. Поэтому ОАО «Газпромнефть» было принято решение о выводе на рынок нового вида топлива G-98. Новый вид топлива предполагает улучшенные характеристики, поэтому его цена по прогнозу выше цены АИ-98 на 1.5 руб.

Для определения целесообразности выведения нового продукта на омский рынок и корректировки условий его реализации в соответствии с запросами потребителей на начальном этапе было проведено маркетинговое исследование. Опрос проводился непосредственно на АЗС. В выборку попали потребители, которые чаще всего заправляются на АЗС «Газпромнефть» и хотя бы иногда заправляются топливом АИ-98. Количество опрошенных: 250 человек.

Одним из основных вопросов исследования был следующий: «Представьте ситуацию, на всех АЗС «Газпромнефть» вместо обычного АИ-98 в продаже будет только новое топливо АИ-98 с улучшенными характеристиками (G-Drive) стоимостью на 1.5 рубля выше. Каковы ваши действия?» Были получены следующие результаты (Рис. 1).

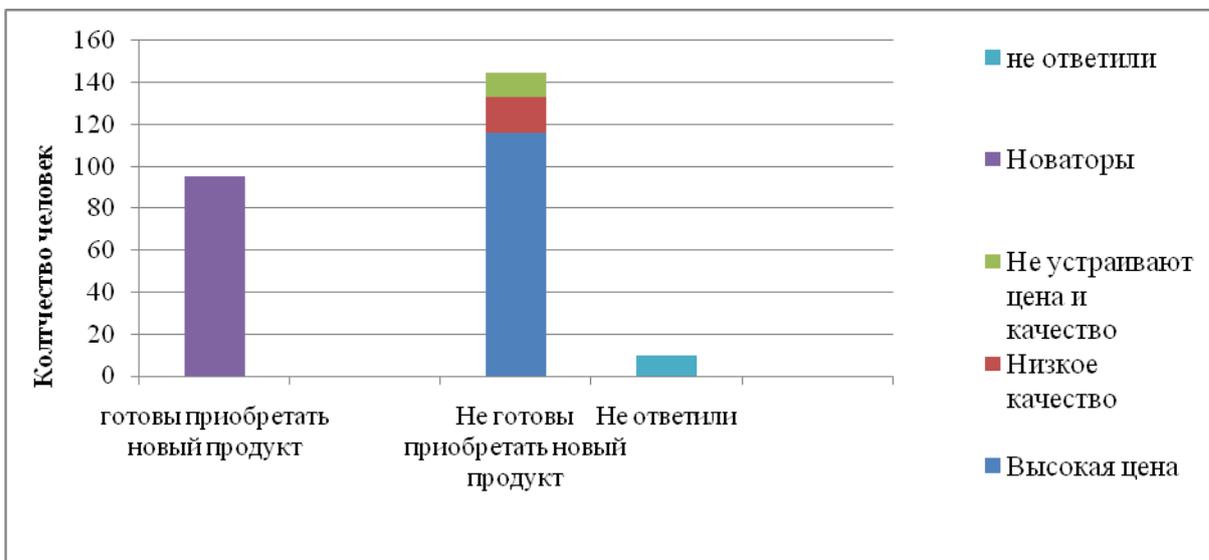


Рис. 1 Результаты исследования

Из результатов этого исследования ОАО «Газпромнефть» может сделать следующие выводы. Необходимо доработать процедуру и условия выведения на рынок нового топлива АИ-98 с улучшенными характеристиками, чтобы оно стало успешным. В частности, необходимо снизить цену, как основной фактор при принятии решения у большинства опрошенных. На данном этапе можно утверждать, что новое топливо АИ-98 с улучшенными характеристиками является актуальным только для некоторых групп потребителей. Снизив цену до уровня обычного бензина АИ-98, компания значительно повысит продажи нового бензина (в среднем почти на 47%).

Возможно выделить еще один вариант действия для менеджеров компании - провести оценку перспектив нового продукта на конкретном рынке. Для данных целей была построена матрица «Дженерал Электрик» - Мак-Кинзи. В качестве оценок экспертов были использованы оценки специалистов службы маркетинга ОАО «Газпромнефть-Омск»: главного специалиста по анализу рынков, главного специалиста по развитию программы лояльности и главного специалиста по организации рекламных акций (Таблица 1,2).

Таблица 1.

Оценка характеристик привлекательности отрасли

| Характеристики привлекательности | Вес  | Наименование топлива |       |       |      |       |    |     |      |
|----------------------------------|------|----------------------|-------|-------|------|-------|----|-----|------|
|                                  |      | АИ-80                | АИ-92 | АИ-95 | G-95 | АИ-98 | ДТ | СУГ | G-98 |
| Размер и темп роста рынка        | 0,4  | 2                    | 7     | 8     | 8    | 7     | 5  | 5   | 8    |
| Острота конкуренции              | 0,35 | 3                    | 8     | 7     | 6    | 8     | 6  | 4   | 7    |

|                             |      |      |     |     |      |     |     |      |     |
|-----------------------------|------|------|-----|-----|------|-----|-----|------|-----|
| Темп изменения технологий   | 0,25 | 2    | 6   | 7   | 9    | 8   | 6   | 3    | 9   |
| Суммарная взвешенная оценка | 1    | 2,35 | 7,1 | 7,4 | 7,55 | 7,6 | 5,6 | 4,15 | 7,9 |

Таблица 2.

Оценка положения компании на рынке

| Характеристики положения на рынке | Вес  | Наименование топлива |       |       |      |       |      |     |      |
|-----------------------------------|------|----------------------|-------|-------|------|-------|------|-----|------|
|                                   |      | АИ-80                | АИ-92 | АИ-95 | G-95 | АИ-98 | ДТ   | СУГ | G-98 |
| Относительная позиция на рынке    | 0,4  | 6                    | 8     | 7     | 4    | 6     | 8    | 5   | 3    |
| Качество продукции                | 0,35 | 5                    | 8     | 7     | 6    | 6     | 8    | 5   | 7    |
| Возможности маркетинга            | 0,25 | 2                    | 9     | 9     | 8    | 7     | 5    | 3   | 6    |
| Суммарная взвешенная оценка       | 1    | 4,65                 | 8,25  | 7,5   | 5,7  | 6,25  | 7,25 | 4,5 | 5,15 |

В общем виде матрица выглядит следующим образом (Рис. 3).

|                           |                    |  |  |              |
|---------------------------|--------------------|--|--|--------------|
| Привлекательность отрасли | Высокая            | Поддержка  | Развитие   | Рост         |
|                           | Средняя            | Ограниченное использование или избавление от бизнеса | Избирательное инвестирование                         | Подкрепление |
|                           | Низкая             | Отказ от бизнеса                                     | Ограниченное использование или избавление от бизнеса | Сохранение   |
|                           |                    | Слабое   | Среднее  | Прочное      |
|                           | Положение на рынке |  |  |              |

Рис.3 Матрица «Дженерал Электрик»- Мак-Кинзи

Новый бензин G-98 по оценкам экспертов занял в матрице положение развития (Рис.4).

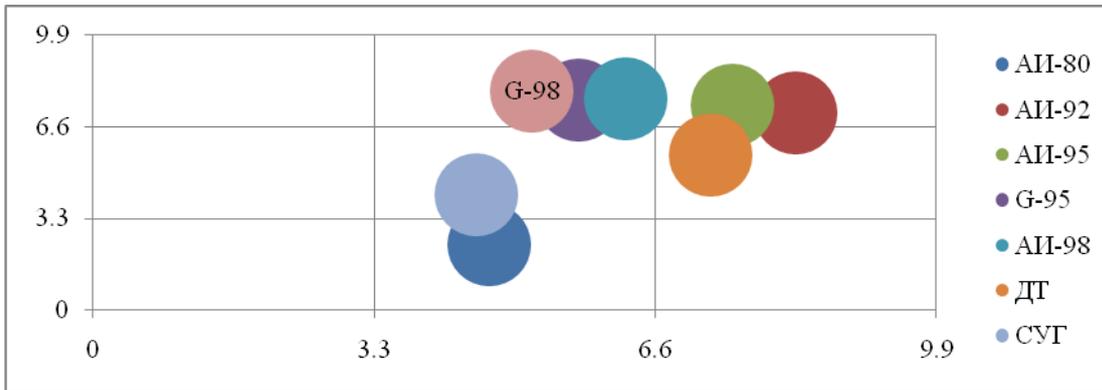


Рис. 4 Матрица «Дженерал Электрик»- Мак-Кинзи для нового бензина

Исходя из проведенного анализа, можно выделить следующие рекомендации:

1. снизив цену до уровня обычного бензина АИ-98, компания значительно повысит продажи нового бензина (в среднем почти на 47%);

2. новый бензин G-98 обладает инвестиционной привлекательностью. Компании необходимо вкладывать в него дополнительные средства для получения большего эффекта.

Это могут быть инвестиции в сам продукт, то есть улучшение его качественных характеристик (что повысит объем продаж более, чем на 8%), инвестиции в продвижение товара (рекламные кампании, акции, совместные акции с партнерами).

Таким образом: разработка стратегии дифференциации в рамках общей маркетинговой стратегии розничного бизнеса представляет собой сложный процесс, в ходе которого менеджеры принимают ключевые управленческие решения. Для эффективности этих решений необходимо проводить предварительный анализ возможных альтернатив, просчитывать дополнительный доход и убытки.

### **Совершенствование управления кредитным портфелем в Омском отделении Сбербанка России**

П.В. Галдецкий  
гр. ЭФС-805-О

Научный руководитель  
Р.Т. Балакина

Омское отделение Сбербанка России является важнейшим кредитным учреждением на территории Омской области. Основные показатели деятельности Сбербанка растут от периода к периоду.

В отделениях Сбербанка на территории Омской области занято более 2 400 сотрудников, а прибыль банка в регионе в 2012 году составила более 4,8 млрд. рублей.

Банк имеет довольно специфическую организационную структуру. Так, главной единицей в Омской области является отделение №8634, расположенное по адресу ул. Маршала Жукова 4. Данное отделение контролирует деятельность других подразделений

Банка в Омском регионе в области управления кредитным портфелем и подчиняется Западно-Сибирскому банку Сбербанка России, расположенному в Тюмени.

В силу обозначенной специфики количественные и качественные характеристики состояния кредитного портфеля определяет для Омского отделения Западно-Сибирский банк СБ России. Инструментом такого планирования выступает бизнес-план отделения.

На 01.01.2013 Западно-Сибирским банком Сбербанка России планировался остаток ссудной задолженности юридических лиц на уровне 53,3 млрд.руб., остаток ссудной задолженности физических лиц должен был по плану составить не менее 32,7 млрд. руб., но Отделением план по величине кредитного портфеля по юридическим лицам выполнен на 94,4%, а по величине портфеля физических лиц на всего на 89,6%.

На основании данных Банка, доходность по ссудам физическим лицам снизилась за последний год на 2,6% и составила 12%. Доходность по ссудам юридическим лицам составляет в 2012 году 7,5%, причем её прирост за год составил 1%. При этом доля кредитов юридическим лицам в совокупном портфеле снизилась на 11,5% за последний год. Наиболее управляемым сегментом корпоративного кредитования является малый бизнес.

Для обеспечения выполнения бизнес-плана Банка и повышения доходности портфеля при допустимом увеличении риска предлагаем к внедрению новый кредитный продукт для малого бизнеса, который характеризуется повышенным риском, но при этом и более высокой доходностью.

При этом важной задачей при разработке такого продукта должно быть недопущение чрезмерной концентрации ссудной задолженности в одной отрасли. Так, распределение корпоративного кредитного портфеля субъектов малого бизнеса по отраслям в Омском отделении выглядит следующим образом.

Таблица 1.

**Отраслевая структура кредитного портфеля субъектов малого бизнеса**

| Отрасли                         | 01.01.2011 | 01.01.2012 | 01.01.2013 |
|---------------------------------|------------|------------|------------|
| Торговля и общественное питание | 30,01      | 29,89      | 32,01      |
| Сельское хозяйство              | 24,76      | 28,02      | 29,23      |
| Промышленность                  | 18,10      | 15,76      | 10,78      |
| Операции с недвижимостью        | 8,30       | 7,90       | 7,80       |
| Строительство                   | 4,62       | 5,53       | 7,20       |
| Транспорт                       | 7,11       | 6,70       | 5,80       |
| Прочие                          | 7,10       | 6,20       | 7,18       |
| Всего                           | 100,00     | 100,00     | 100,00     |

Важность диверсификации портфеля состоит в следующем: при возникновении кризисных явлений в отрасли и, как следствие, при массовом невозврате кредитов предприятиями данной отрасли, банк не получит критических убытков, которые скажутся на величине его конечного финансового результата. Так, в 2008 году в Омском отделении Сбербанка возникла проблема с возвратом кредитов строительными организациями. Одним из эпизодов было предоставление крупного кредита застройщику на строительство жилого дома. Но из-за снижения рыночной стоимости квартир и предполагаемого мошенничества руководства компании банк до сих пор не вернул задолженность в полном объеме.

Таким образом, необходимо ввести в отделении учет отраслевой диверсификации кредитного портфеля. Для этого предлагается рассчитывать коэффициенты диверсификации кредитного портфеля ( $K_i$ ) по следующей формуле:  $K_i = (\text{Объем кредитов отрасли } i) / (\text{Общий кредитный портфель банка})$ , при этом риск диверсификации будет характеризоваться  $\max K_i$ . Его рекомендуемая величина для Сбербанка должна быть не более 0,3.

С учетом необходимости снижения кредитного риска и, соответственно, коэффициента диверсификации ( $\max K_i$ ), а также необходимости увеличить долю кредитов промышленным организациям, предлагаем новый продукт по кредитованию открытия своего бизнеса, связанного с производством товаров, под залог приобретаемого оборудования, производственных и непромышленных помещений, товаров. Условное название проекта «Бизнес - производство». Данный вид кредита будет характеризоваться повышенной ставкой для клиента, а также повышенным риском для Банка.

Стоит отметить, что в Банке есть похожая программа - «Бизнес-старт», которая предполагает кредитование на цели открытия бизнеса по программе франчайзинга. При этом число участвующих партнеров-франчайзеров ограничено банком.

Преимуществом предлагаемого продукта будет являться:

- клиент сможет использовать привлеченные средства для организации производства продукции;
- в отличие от бизнеса открытого по франшизе клиенту не придется уплачивать паушальный взнос и ежемесячные роялти;
- обеспечением по кредиту будет являться залог приобретаемого имущества для ведения бизнеса, товаров в обороте, а также поручительство собственников бизнеса.

Таким образом, предложение данного продукта Омским отделением Сбербанка, с нашей точки зрения, приведет к увеличению объема и доли ссудной задолженности производственных предприятий, диверсификации кредитного портфеля и, следовательно, к снижению кредитного риска.

## Стратегия как искусство

Н.Е. Головкова

Научный руководитель

Ю.А. Ложечникова

А.М. Попович

ЭМБ-002-0

Французский писатель Дени Дидро говорил: «Искусство заключается в том, чтобы найти необыкновенное в обыкновенном и обыкновенное в необыкновенном».

Вот и мы решили выйти за рамки научности и найти в обычном необыкновенное, а именно провести аналогии конкурентных стратегий с признанными произведениями искусства и применить креативный подход.

За основу были взяты базовые стратегии Майкла Портера.

Не существует стратегии единой для всех компаний, так же, как и не существует единого универсального стратегического управления. Каждая фирма уникальна в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален. Поэтому стратегия – это всегда искусство управления деятельностью в организации.

### 1. Стратегия лидерства по издержкам.

Следуя данной стратегии, компания должна удерживать издержки на более низком уровне, чем у конкурентов. Производитель продукции должен находить и использовать каждую возможность получения преимуществ в издержках.

Мы подобрали несколько картин современных авторов, которые олицетворяют стратегию лидерства в издержках с точки зрения эффективности использования ресурсов.

Художник Зак Фримен создает картины из мусора. Это новое направление трэш-искусства. Чтобы создать каждый портрет, Фриман приклеивает обрезки и кусочки бытового мусора к деревянному холсту. Фримен начал творить в 1992 году и уже создал немало картин из мусора.



**Рис. 1.** Картина Зака Фримена (трэш-искусство)

### 2. Стратегия дифференциации

Дифференциация, по Портеру, означает, что компания стремится к уникальности в каком-либо аспекте, который считается важным большим количеством клиентов. Она выбирает один или несколько таких аспектов и ведет себя таким образом, чтобы

удовлетворить запросы потребителей. Ценой такого поведения являются более высокие издержки производства продукции.

Стрит-арт характеризует стратегию дифференциации продукции. Художники применяют различную технологию создания своих шедевров.

Самое главное в стрит-арте — вовлечь зрителя в диалог и показать различную сюжетную программу. Также действует и фирма. Она заявляет о себе, создавая привлекательность бренда с помощью дизайна, рекламы, инноваций, создавая оригинальную высококачественную упаковку.

- Banksy

Появляясь по ночам и рисуя на чем придется, этот человек стал легендой и обрел большую популярность среди любителей современного искусства. Его картины вырезают вместе со стенами домов и продают на аукционах за сотни тысяч долларов. Для властей Лондона он преступник, для любителей современного искусства - гений.



**Рис. 2.** «Пикник»

- Vhils

Работы португальского художника Александра Фарто сделаны путем царапин на настенном покрытии. Александр в качестве холста использует заброшенные дома.



**Рис. 3.** Картина Фарто в Москве

Девиз автора – разрушая, ты создаешь. Поэтому – рви, ломай, царапай – ты делаешь искусство

### 3. Стратегия фокусирования

Стратегию фокусирования, или узкой специализации, можно определить как выбор ограниченной по масштабам сферы хозяйственной деятельности с резко очерченным кругом

потребителей. Данная стратегия предполагает концентрацию деятельности предприятия на относительно небольшой целевой группе потребителей, части товарного ассортимента, каком-либо аспекте деятельности.

Основу стратегии составляет особая направленность деятельности предприятия и уровень квалификации его персонала, позволяющие успешно обслуживать рыночную нишу. В сущности, стратегия фокусирования предполагает совмещение назревших, осознанных потребностей общества в чем-либо и не вполне осознанных, не традиционных форм, методов и способов их удовлетворения.

Как нельзя лучше это стратегию характеризует одна из форм авангардного искусства, где главным объектом творчества становится тело человека, а содержание раскрывается с помощью невербального языка: поз, жестов, мимики, нанесения на тело знаков, «украшений».

Американец Крейг Трейси (Craig Tracy) по праву считается одним из лучших художников современного оригинального искусства в мире, занимающихся боди-артом.



**Рис. 4.** Боди-арт – «Тигрица»

Использование аналогий - один из самых универсальных эвристических приемов, мобилизующих интеллектуальные ресурсы для поиска новых идей и решения творческих задач. С помощью подобной аналогии можно запомнить и понять суть любых вещей, мы показали вам это на примере базовых стратегий Майкла Портера. Этот метод с лёгкостью может применить каждый человек.

### **Перспективы и пути совершенствования патентной системы налогообложения**

М.А. Давыдова

Научный руководитель

ЭНС-908-О

Л.А. Родина

С 1 января 2013 года у индивидуальных предпринимателей появилась возможность применять новый специальный режим – патентную систему налогообложения (ПСН). Главная идея патентной системы – постепенная замена единого налога на вмененный доход,

который перестанет действовать с 2018 года. Патентная система введена и на территории Омской области, но пока не нашла большой популярности среди предпринимателей. Попробуем разобраться, кто извлечет выгоду от введения нового спецрежима и в чем причины недоверия к нему со стороны бизнесменов.

Основное преимущество ПСН – это простота расчета суммы налога и возможность определить ее заранее. Так, зная значение корректирующего показателя (численность наемных работников, площадь помещения, количество транспортных средств), можно рассчитать сумму налоговых обязательств еще до начала ведения предпринимательской деятельности. Размер патентного платежа зависит не от реального дохода предпринимателя, а от потенциально возможного (ПВД), устанавливаемого для каждого вида деятельности законом субъекта РФ. В связи с этим переходить на патентную систему целесообразно, если потенциально возможный доход в разы меньше той суммы, которую предприниматель намерен заработать фактически, и есть уверенность, что за налоговый период не будет превышен лимит 60 млн. рублей. Но здесь могут возникнуть трудности в оценке реально возможного к получению дохода. Особенно это касается вновь зарегистрированных ИП, которые не имеют возможности принимать в расчет финансовые результаты прошлых периодов. Выходом из такой ситуации может быть приобретение патента на короткий срок, вплоть до 1 месяца, что тоже можно отнести к одному из достоинств ПСН.

Для плательщика патентного налога предусмотрено освобождение от ведения бухгалтерского учета (за исключением ведения Книги учета доходов) и применения контрольно-кассовой техники. Также существенным отличием ПСН является отсутствие необходимости сдачи налоговой декларации. Таким образом, сводится к минимуму необходимость взаимодействия с налоговыми органами, что может иметь немаловажное значение для предпринимателей при выборе системы налогообложения.

На первый взгляд предлагаемые условия кажутся привлекательными для предпринимателей, однако, ситуация в Омской области с переходом на патентную систему налогообложения складывается вовсе не в поддержку нового закона. По состоянию на 1 апреля 2013 года в налоговых органах зарегистрировано всего лишь 173 обращения предпринимателей за патентами. Приобретено 183 патента общей стоимостью около 18 млн. рублей. Наиболее востребованными видами деятельности на патентной системе оказались розничная торговля, сдача в аренду жилых и нежилых помещений, пассажироперевозки, ремонт жилья, услуги репетиторов<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Электронная версия журнала «Бизнес-курс» (опубликовано 15.04.2013) [электронный ресурс]. Режим доступа [www.bk55.ru/news/article/16592](http://www.bk55.ru/news/article/16592)

Статистика в Омской области отражает общую тенденцию, наметившуюся в стране: предприниматели пока не торопятся переходить на ПСН, отдавая предпочтение другим спецрежимам. Наибольшее количество перешедших наблюдается в тех регионах, где ранее применялась УСН на основе патента и где предприниматели уже имеют некоторый опыт патентного налогообложения. Из ближайших соседей это Свердловская область (3350 патентов), Челябинская область (около 2500 патентов), Новосибирская область. Тем не менее, говорить о том, что патентная система востребована, пока рано. Это объясняется следующими причинами.

Во-первых, наибольшее количество нареканий к федеральному законодательству связано с отсутствием возможности уменьшить размер налога на сумму страховых взносов, уплаченных предпринимателем за себя и за наемных работников. Такое условие ставит плательщиков патентного налога в менее выгодное положение по сравнению с иными спецрежимами и, на наш взгляд, носит дискриминационный характер. Особенно остро данный вопрос встал в связи с резким увеличением размера страховых взносов для ИП с 1 января 2013 года.

Как выяснилось совсем недавно, работа в этом направлении уже ведется. Минфин предложил субъектам РФ учитывать страховые взносы при утверждении размера потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода<sup>5</sup>.

Однако, похоже, понять, реализована данная идея в том или ином регионе или нет, будет затруднительно. Ведь нужно располагать полной информацией о том, как формируется такой показатель, как потенциально возможный годовой доход.

Во-вторых, вызывает множество противоречий ограничение юридических лиц в праве применения ПСН. Следовательно, организации в ближайшем будущем не смогут воспользоваться ни системой налогообложения в виде единого налога на вмененный доход, ни ПСН. В данном случае не совсем ясна логика законодателя, который, провозглашая политику налогового стимулирования малого бизнеса, одновременно установил такое правило. Очевидно, что малый бизнес может осуществляться как ИП, так и организациями, имеющими небольшое количество работников и невысокие показатели доходности. Такое положение идет вразрез с положениями Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Как уже было сказано, планируется, что патентная система к 2018 году заменит ЕНВД. Но в отличие от единого вмененного налога, патентный налог не учитывает отдельные особенности ведения деятельности. А ведь такие условия, как ассортимент

---

<sup>5</sup> Письмо Минфина от 5.04.2013 N 03-11-10/17

товаров, режим работы, особенности места ведения деятельности, оказывают прямое воздействие на размер выручки предпринимателя и должны быть учтены при расчете потенциально возможного дохода.

Возьмем для примера ИП, занимающегося сдачей в аренду собственных нежилых помещений в городе Омске. Как показал анализ на рынке недвижимости, получать доход не ниже потенциально возможного способны далеко не все арендодатели, и особенно те, кто сдает в аренду помещения, расположенные вдали от центра города и транспортных магистралей. В большей степени такой доход соответствует помещениям, предлагаемым в аренду в крупных и средних торгово-офисных центрах. Очевидно, что местоположение объекта недвижимости играет большую роль при определении его доходности, но невозможность скорректировать потенциально возможный доход с учетом этого фактора, ставит предпринимателя в невыгодное положение.

Спорным является и размер дохода, установленный для одного обособленного объекта розничной торговли без учета ассортимента товаров. А ведь известно, что рентабельность розничной торговли зависит от вида реализуемой продукции. В этом плане интересен опыт других регионов, в частности Свердловской области. Там по продовольственным товарам первой необходимости, канцелярским товарам и печатной продукции доход значительно ниже, чем по изделиям из меха, кожи и ювелирным украшениям, что вполне справедливо.

Другая проблема, с которой столкнулась не только Омская область, но и большинство других регионов, - это величина корректирующего показателя и корреляция с ним ПВД. Например, по виду деятельности корректирующим показателем является средняя численность наемных работников. При увеличении числа наемных работников с 0 до 1, с 5 до 6 или с 10 до 11 человек, размер презюмируемого дохода возрастает в 1,5 – 2 раза. При этом с приемом на работу каждого последующего сотрудника размер ПВД в расчете на одного человека уменьшается, что является несколько нелогичным. Более проработан этот вопрос, на наш взгляд, в Томской области, где ПВД установлен отдельно для каждого количества наемных работников от 1 до 15 и увеличивается равномерно. Такой подход более справедлив и экономически обоснован.

Небольшое количество обращений за патентами связано и с отсутствием информации о новом специальном режиме в предпринимательской среде. В частности в Омской области применение патентного налогообложения осуществляется впервые, поэтому важна информационная работа с потенциальными налогоплательщиками. Однако, в нашем регионе число осведомленных о существовании ПСН невелико.

Простота расчетов, учета и отсутствие отчетности являются очевидными преимуществами для мелких предпринимателей. Но существует и ряд недостатков, которые делают ПСН менее привлекательной. В связи с этим нами предложен перечень конкретных мер, которые могут поспособствовать развитию системы патентного налогообложения, как на уровне Омской области, так и по всей стране в целом.

1. Региональным властям следует тщательно подойти к вопросу определения потенциально возможного дохода и сделать методику его расчета доступной для налогоплательщиков. Базовая доходность может быть определена на основе среднестатистических показателей по виду деятельности в регионе либо экспертным путем. Конечно, этот процесс будет достаточно трудоемким, но доверие налогоплательщиков к налоговой системе повысится. То же самое касается и корректирующих показателей. Налоговая нагрузка при их увеличении должна возрастать равномерно.
2. Необходимо создать прозрачную систему уменьшения налога на сумму уплаченных страховых взносов. Она может быть аналогичной тем, что применяются на УСН и ЕНВД, либо методике, предложенной Минфином. В последнем случае опять же важна открытость информации о формировании ПВД.
3. Стоит ввести систему корректировок, учитывающих особенности ведения деятельности. При этом величина коэффициентов должна определяться на местном уровне.
4. Важна информационная работа с налогоплательщиками. Проведение обучающих семинаров, информация в СМИ о патентной системе. Заинтересованность предпринимателей в патенте выгодна муниципальным образованиям, т.к. патентный налог пополняет местные бюджеты.

Подводя итог, нужно сказать, что патентное налогообложение необходимо для государства. Это единственный эффективный инструмент «вывести из тени» доходы от видов деятельности, которые в силу своей специфики трудно поддаются контролю со стороны налоговых органов. Остается надеяться, что первые результаты функционирования ПСН будут учтены и последуют соответствующие выводы, которые помогут соблюсти интересы как государства, так и налогоплательщиков.

### **Проблемы лицензирования алкогольной продукции в РФ**

Ю.В. Евсюкова  
гр. ЭГС- 019-О

Научный руководитель  
О.В. Гокова

Российский алкогольный рынок один из самых быстроразвивающихся и динамичных рынков мира. Отрасль отличается крайней зависимостью от государственного регулирования, теневым характером значительной части рынка, что не позволяет с

достоверной точностью определить ее роль в экономике России. И хотя в последнее время в абсолютных объемах рынок водки и ЛВИ находится в состоянии стагнации, в денежном выражении рынок растет довольно стремительными темпами.

Лицензирование алкогольной продукции – это всегда сложный вопрос в организации бизнеса. Продажа алкоголя и других спиртосодержащих напитков на территории РФ разрешается только при наличии специальной лицензии на алкогольную продукцию.

Под лицензированием понимается деятельность лицензирующих органов по предоставлению, переоформлению лицензий, продлению срока действия лицензий<sup>6</sup>.

По данным Национальной алкогольной ассоциации, в январе 2013 года водки и ликероводочной продукции в стране произведено на 12 % меньше, чем за соответствующий период прошлого года<sup>7</sup>.

Так происходит, потому что до 2007 года всем фирмам, связанным с производством и оборотом алкоголя, было предписано пройти лицензирование. Тогда этой процедурой занималась Федеральная налоговая служба. Лицензии выдавались на пять лет, поэтому с весны 2011 года предприниматели начали в массовом порядке обращаться за их продлением. С весны 2009 года функции лицензирования были переданы в новое ведомство, Росалкогольрегулирование.

Если судить по последним документам Правительства РФ, в правила торговли спиртным внесено много нового. Например, детально расписаны основания, по которым контролирующие органы могут изымать товар из торговли. Основанием для этого может служить отсутствие лицензии, сертификата качества, маркировки и т.д. Помимо этого ужесточаются требования к документации, необходимой при реализации спиртного, поэтому, кроме сертификата соответствия и товарно-транспортной информации, необходимо иметь акты, справки, содержащие информацию обо всех владельцах товара. И особенно страдают мелкие компании.

Во-первых, введение большого количества дополнительных документов затрудняет реализацию товаров тем, кто продает или покупает спиртное по ценам, ниже минимальных.

Во-вторых, специфика российского алкогольного рынка такова, что та же водка или другие высоколиквидные спиртные напитки зачастую используются торговыми компаниями в качестве взаиморасчетов по разного рода бартерным операциям.

В 2011 году в Государственную Думу РФ был внесен законопроект «О государственной монополии на производство и оборот этилового спирта». Он

---

<sup>6</sup> Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» [Электронный ресурс] // Консультант плюс: офиц. сайт. 1997. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=139902> (дата обращения: 02.05.2013).

<sup>7</sup> Скоков Р.Ю. Исследование спроса и предложения на рынке крепкой алкогольной продукции // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2012. – № 2 – С. 14.

предполагает, что производством и оборотом этилового спирта должны заниматься только организации, в уставном капитале которых доля участия РФ превышает 50 %. Для них может быть отменено лицензирование. Предлагаемые изменения направлены на защиту здоровья людей и снижение объемов нелегального производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.

Эффективность государственной монополии в периоды ее существования в России обеспечивалась в первую очередь исключительным правом на розничную продажу алкогольной продукции.

В связи с этим предлагается рассмотреть возможность создания организации государственной формы собственности, интегрирующей торговую сеть, осуществляющую розничную продажу алкогольной продукции.

К 2014 году ставки акциза на этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию удвоятся, что делает целесообразным введение гос. монополии на розницу для сдерживания возможности увеличения нелегального оборота алкогольной продукции.

В России государственная монополия на производство и оборот этилового спирта, алкогольной продукции и спиртосодержащей продукции в различных видах вводилась несколько раз – с 1474 по 1533 годы, с 1652 по 1681 годы, с 1696 по 1716 годы, а также с 1896 по 1913 годы (при этом в 1913 году общая выручка от винной монополии составляла 26 % доходов бюджета России) и с 1924 по 1992 годы. При этом к 1985 году продажа водки давала треть доходов от торговли продовольствием или одну шестую часть всего товарооборота советской торговли<sup>8</sup>.

Государственная монополия в различных формах существует также в зарубежных странах, структура потребления алкогольной продукции в которых схожа с российской. Это, прежде всего, Финляндия, Швеция, Норвегия, некоторые штаты США.

Российская специфика алкоголизации населения заключается в высоком потреблении алкогольных напитков и пива. В 2012 году в Омской области, например, продано населению 1832,7 тыс. дкл алкогольных напитков и пива, что на 4,5 % больше, чем в 2011 году. Потребление на душу населения возросло в 2,3 раза – с 62,7 л в 1998 году до 142,1 л в 2012 году<sup>9</sup>.

Необходимо отметить, что все новые требования достаточно справедливы: контроль должен быть обеспечен хорошо за поступающими в торговлю продуктами. С другой стороны, есть опасение, излишнее ужесточение может привести к элементарному дефициту

---

<sup>8</sup> Особенности развития и регулирования регионального рынка алкогольной продукции [Электронный ресурс] // Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка: офиц. сайт. 2009. URL: <http://www.fsrar.ru/> (дата обращения: 29.04.2013).

<sup>9</sup> Социально-экономическое положение Омской области за январь-декабрь 2012 года: доклад. – Омск, Омкстат, 2013. – С. 54.

товаров. Каким бы трудоемким процессом не был процесс лицензирования алкогольной продукции, она необходима для размеренного и спокойного ведения бизнеса.

### **Моделирование социального поведения предпринимателя**

К.А. Еременко  
гр. ЭГС-909-О

Научный руководитель  
А.Г. Бреусова

Данная работа является актуальной, потому что современные стандарты социального поведения, заданные государством, являются малоприменимыми на практике. Невозможно вести успешную предпринимательскую деятельность и одновременно исполнять все предписанные нормативами обязательства. Поэтому одна из актуальных проблем – это определение типичного социального поведения предпринимателя.

В качестве проблемы исследования следует обозначить различия в нормативном и в практическом социальном поведении предпринимателей.

Целью данного исследования было смоделировать наиболее распространенное поведение современного предпринимателя.

Задачи исследования:

- выделить объективные причины формирования моделей социального поведения российских предпринимателей.
- охарактеризовать основные черты социального поведения.
- сопоставить типичное социальное поведение предпринимателя с нормами закона.

Исследование было проведено при помощи метода экспертного опроса, в рамках которого были опрошены представители бизнеса.

Для формирования правильного понимания проблемы следует определить, что же такое социальное поведение. Если рассматривать историческое значение социальной ответственности предпринимателя, то можно обозначить следующие его составляющие:

- социальные выплаты;
- выплаты на медицинское обслуживание;
- отчисления на образование работников.

Но не следует путать и объединять социальное поведение и благотворительность. Благотворительные взносы в различные фонды и организации, конечно, являются неотъемлемой частью социального облика предпринимателя, но отсутствие благотворительных взносов не означает отсутствие социального поведения в целом. Так же благотворительность может являться средством искусственного создания образа предпринимателя [статья]. Социальное поведение всегда было свойственно российскому

предпринимателю, это во многом связано с менталитетом русского человека, религиозностью и воспитанием. Таким было социальное поведение предпринимателя в дореволюционной России.

В течении длительного советского периода отношение к ведению собственного дела коренным образом изменилось. Идеология создала образ антинародного и антиобщественного элемента в лице предпринимателя. При этом полное социальное обеспечение в годы Советского союза лежало на государстве, и необходимости в дополнительных методах стимулирования социальной ответственности предпринимателей не было нужды.

Начиная с середины 80-х годов появляются мелкие и средние предприниматели, занятые мелким производством или торговлей, регулирующие механизмы в государстве не дают предпринимателю возможностей развития своего дела, при этом существовало достаточно много ограничений, в том числе запрет на найм большого числа работников, что позволяло государству по-прежнему регулировать занятость и социальную сферу. На начальном этапе становления рынка предприниматель по-прежнему был отстранен от необходимости участия в социальной сфере общества.

Переходный период в России 90-х годов сформировал ряд правил ведения бизнеса в России:

- предприниматель должен быть социально ответственным
- государство должно контролировать деятельность предпринимателя и законодательно закрепить минимальный уровень социальных обязанностей предпринимателя
- эффективный способ экономии а затратах для предпринимателя – экономия на социальных отчислениях

В России в настоящий момент в первую очередь надо решать задачи базового уровня социальной ответственности, значительная часть которых относится к сфере оплаты труда. В числе сопряженных проблем следует назвать необоснованную дифференциацию заработной платы, нерегулярность и непредсказуемость процесса ее индексации, непрозрачность системы вознаграждения.

Среди других задач базового уровня социальной ответственности, требующих неотложного решения, следует назвать<sup>10</sup>:

- уход от уплаты налогов, в том числе социальных (через теневые выплаты), подрывающий социальную защищенность работников;

---

<sup>10</sup> Чирикова А. Бизнес как субъект социальной политики в современной России // Общество и экономика. 2006 № 9

- отступления от норм трудового законодательства, включая связанные с порядком привлечения к сверхурочным работам и их оплатой, режимом предоставления очередных и учебных отпусков;
- низкие гарантии сохранения рабочего места.

Задачи следующего уровня социально ответственного поведения связаны с тем, что патерналистские отношения работодателей и работников преобладают над партнерскими. Здесь следует отметить, прежде всего, отсутствие контроля за качеством и структурой внутрифирменных социальных программ со стороны их потребителей (работников), субъективизм в распределении нефинансовых благ и льгот, неравенство в охвате социальными программами различных категорий персонала.<sup>11</sup>

Требования расширить сферу социально ответственного поведения за рамки базового уровня и тем более вывести его за пределы корпорации в сложившейся ныне ситуации вызывают протестные настроения со стороны и работников, и предпринимателей. Первые считают, что степень их социальной защищенности сегодня недостаточно высока для того, чтобы реализовывать социальные программы, непосредственно не ориентированные на персонал предприятий. Вторые при выборе направлений социальных инвестиций предпочитают те из них, которые, имея ярко выраженный демонстрационный эффект, могут принести общественный резонанс<sup>1</sup>.

На сегодняшний день государством установлены жесткие нормы социальных отчислений. Предприниматель обязан отчислять от ФЗП сотрудников в фонды социального страхования. При этом в современное общество не настолько доверяет государству, чтобы передавать значительные суммы лишь под гарантию государства. (Еще не забыты реформы 90-х годов) Важно отметить, что данное поведение характерно не только предпринимателю, но и сотрудникам. При проведении экспертного опроса было выявлено, что сотрудники, которые имеют высшее образование заинтересованы скорее в увеличении реальной части заработной платы (выдаваемой на руки) нежели в незначительном увеличении пенсионных выплат (возможных) в будущем. При этом они не считают, что полный отказ от участия предпринимателей в социальной сфере принесет положительные результаты, по мнению экспертов полная передача ответственности за формирование собственных пенсионных накоплений на плечи работников приведет скорее к тому, что неготовые на данный момент к такой ответственности граждане скорее потеряют большую часть накоплений неправильно ими распорядившись.

---

11 Зантарая Т. Социальные программы социальной ответственности бизнеса // Управление персоналом 2007 № 11

Предприниматели в процессе своей деятельности вынуждены выстраивать свою деятельность так, чтобы обеспечить себе достаточный уровень прибыли и соблюсти нормы законодательства. Для определения модели социального поведения был проведен экспертный опрос в результате чего было выявлено, что при наличии возможности отказаться от приема работников по условиям договорного найма с обязательной выплатой всех социальных отчислений, например при заключении контрактов, предприниматели предпочитают просто понизить договорную заработную плату, так как найм контрактников может вызвать повышенный интерес к предприятию со стороны налоговых органов. В данных обстоятельствах предприниматель чаще всего выбирает путь наименьшего сопротивления, договаривается с работником о выплате части заработной платы в качестве премии.

Таким образом, современное социальное поведение предпринимателя сложно охарактеризовать как нормативное, но и однозначно сказать, что предприниматель полностью отказывается участвовать в социальной сфере общества. Скорее поведение предпринимателя является переходным и с полным переходом на рыночную экономику окончательно сформируется и социальное поведение предпринимателя.

### **История развития налогов в Средние века (V-XVII вв.)**

В.И. Жадан  
ЭЭБ-205-0

Научный руководитель  
Н.В. Миллер

Вплоть до XVII в. в Европе налоговые системы развивались медленно и были крайне запутанными, а большинство налоговых платежей носили нерегулярный характер: они вводились, когда было необходимо покрыть целевые затраты либо когда в казне заканчивались деньги.

В то же время большое значение постепенно приобрело косвенное налогообложение – акцизы, взимаемые, как правило, у городских ворот со всех ввозимых и вывозимых товаров.

При этом в большинстве стран Европы фактически сложилась следующая система налогообложения. Сельское население уплачивало феодалу подушевой налог – капитацию (через откупщика). Города собирали доходные налоги с горожан и акцизы. Затем город уплачивал фиксированную законодательным актом или договором сумму подати вассалу короля. Король время от времени изымал часть собственности (земли вместе с «источниками налогов – городами и сельским населением») у своих вассалов.

Сбор налогов постепенно становится видом предпринимательского промысла. Им занимались так называемые откупщики – богатые буржуа, которые выкупали право собирать установленные налоги у государства, внося валовую сумму налога в казну еще до начала сбора. Далее, применяя принуждение через помощников и суботкупщиков, откупщики осуществляли сбор налогов с населения, с учетом, естественно, своей прибыли. Откупщикам помогали войска, поэтому сбор налогов напоминал военную компанию – с убитыми и ранеными. Такая система возникла в период феодальной раздробленности, а затем прижилась и развилась. При этом духовенство и дворянство от уплаты налогов было освобождено.

В средние века евреи оказали огромное влияние на развитие западной цивилизации. Будучи богатыми, они стали целью для средневековых сборщиков налогов. Специальный налог на евреев был введен в 72 году римским императором Веспасианом. В 326 году он был отменен Юлианом. В 813 году этот налог был опять введен Луи Пиусом. Вначале это был небольшой налог, но, как и все налоги, он быстро увеличился.

#### Налоги в Англии:

Как только Британия свергла римское иго, в ней немедленно исчезли все римские институты, которые не успели прочно укорениться. Англо-саксонские короли для покрытия своих личных, придворных и государственных расходов пользовались, доходами от своих собственных земель. Налоги носили чрезвычайный характер и устанавливались, когда государству грозила опасность от внешних врагов. Эти чрезвычайные сборы назывались Датскими деньгами. Короли имели исключительное право устанавливать таможенные пошлины.

#### Налоги в Франции:

Во второй половине XV века во Франции устанавливается настоящий правильный налог с лиц и с имуществ, принимается длинный ряд прямых и косвенных налогов. К XVII веку Франция обладала уже массой самых разнообразных налогов, которые постоянно увеличивались и умножались. Темной стороной было злоупотребление при их взимании и их крайне неравномерное распределение. Устройство косвенных налогов в разных французских провинциях представляло большую пестроту. В одних провинциях косвенные налоги были гораздо тяжелее, чем в других, а рядом были провинции, где некоторых из косвенных налогов совсем не существовало. Тяжесть податного бремени лежала главным образом на низших классах населения, именно на сельских обывателях. Аристократия и духовенство частью совсем не платили налогов. В большом ходу во Франции при старом режиме была отдача налогов на откуп. Перед революцией почти все косвенные налоги были на откуп у нескольких больших компаний. Откупщики выжимали из народа все, что могли, и

вконец разоряли его. В 80-х годах XVIII века французские финансы окончательно запутались и пришли в безвыходное положение. Одной из главных причин французской революции и был финансовый кризис. Революционное правительство отменило все налоги, возникшие при монархическом режиме; но постепенно все эти налоги были восстановлены, только уже в измененном виде, именно они были распространены на всех граждан без допущения каких-либо изъятий и привилегий.

Налоги в Германии:

В Германии очень поздно появились общегосударственные налоги. Когда в немецких государствах начали возникать разные прямые и косвенные сборы, то это были территориальные, а не имперские налоги. В некоторых случаях субсидии были почти обязательны, направлены, для выкупа государя из плена, при посвящении в рыцари его сына или выдаче замуж его дочери.

Неоднократно были с деланы попытки установить общие для всей Германии налоги, установленные, во времена Крестовых походов, Гусситских войн и турецкого нашествия; но эти попытки всегда были неуспешны. В то время вся Германия была изрезана внутренними таможенными линиями, отчего торговля была крайне стеснена. Право вводить таможенные пошлины постепенно отошло от императора к территориальным владельцам; курфюрсты при избрании императоров выговаривали себе право на взимание таможенных пошлин, остальные князья захватывали это право силой и собирали пошлины на мостах, переправах, дорогах и реках.

Налог императору уплачивался всем городом. Отдельные горожане являлись как бы подданными города. В городах же возникает сознание о податной обязанности граждан относительно города. Городские сборы явились настоящими налогами, которые общественный союз требовал от своих членов в видах общего блага.

Таким образом, налоги имели богатую и насыщенную историю. На начальном этапе развития до начала средних веков государство не имело финансового аппарата для определения налогов. Оно определяло лишь общую сумму средств, которую желало получить государство.

Именно в конце XVIII в. закладывались основы современного государства, проводящего активную экономическую, в том числе финансовую и налоговую политику.

### **Планирование деятельности кадровой службы**

М. С. Журавлева  
гр. ЭМС-801-О

Научный руководитель  
И.В.Руденко

Успех деятельности любой современной организации зависит от персонала, и, прежде всего от тех людей, которые планируют и организуют его работу.

В современных условиях стратегия функционирования и развития любого предприятия немыслима без обращения к персоналу. Для того чтобы обеспечить эффективное функционирование предприятия, на нем должна быть сформирована сильная команда, способная поддерживать его высокий профессиональный авторитет.

Кадровая служба играет ведущую роль в формировании и развитии высококвалифицированного кадрового и человеческого потенциала, способного эффективно реализовать планы развития организации.

Кадровая служба является функциональным подразделением, которое, непосредственно не участвуя в основной деятельности, обеспечивает нормальное функционирование организации.

Целью работы кадровой службы являются обеспечение компании персоналом необходимого количества и качества, организация его эффективного использования, профессионального и социального развития для реализации корпоративных, личных и общественных целей. Эти цели четко увязаны с целями других подсистем менеджмента: экономикой предприятия, организацией, производством, маркетингом и внешней средой – и соответствуют принципам, методам.

Организационные структуры кадровой службы подразделяются на несколько типов, каждый из которых отражает подход, заложенный в построении организационной структуры организации в целом. На практике чаще всего встречаются элементарная, линейная, функциональная и матричная структура.

Кадровики взаимодействуют со всеми без исключения подразделениями. О масштабах взаимодействия позволяет судить одно перечисление обсуждаемых вопросов: подбор персонала, адаптация, обучение, аттестация, внесение изменений в трудовые договоры, оплата отпусков, командировок, больничных и прочее. В зависимости от степени развития и особенностей организации структурное местоположение кадровой службы может быть различным.

Чтобы деятельность организации была эффективной, каждый ее член должен точно знать свои функции. Любая коллективная деятельность предполагает совместные действия разных людей, направленные на достижение общих целей. Если эти люди не были должным образом организованы, то и их действия не будут эффективными. В процессе работы возникает необходимость принимать решения, и поэтому в организациях право решать некоторые вопросы отдают конкретным должностным лицам. Это

существенно упрощает деятельность, поскольку каждый работник знает, кто должен принимать решение по тому или иному вопросу.

Организация деятельности кадровой службы включает в себя:

- диагностику и анализ кадровой ситуации, выявление факторов, влияющих на структуру кадровой службы;
- определение принципов и методов построения кадровой службы;
- структуризацию целей, задач, определение состава функций, позволяющих реализовать поставленные цели;
- построение конфигурации организационной структуры;
- расчет трудоемкости функций и численности работников службы;
- формирование требований к профессиональной подготовке работников кадровой службы, определение их состава, прав и ответственности;
- составление плана мероприятий по внедрению организационных изменений (сроки, исполнители, финансовая смета).

Организация деятельности кадровой службы представляет собой комплекс мероприятий для рационального сочетания действий отдельных ее элементов и достижения их взаимного функционирования в целях своевременного обеспечения компании персоналом соответствующей квалификации с наиболее эффективным использованием основных фондов, трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Уровень организации деятельности кадровой службы можно оценить с помощью следующих параметров: наличие и качество положения о кадровой службе; наличие и качество должностных инструкций специалистов кадровой службы; уровень развития материально-технической базы службы управления персоналом; уровень организации коммуникаций между подразделениями фирмы по вопросам управления персоналом; трудоемкость реализации функций управления персоналом и др.

Наличие четкой регламентации и системы распределения обязанностей по осуществлению кадровой работы среди сотрудников кадровой службы, зон их персональной ответственности, является одной из главных составляющих эффективной деятельности кадровой службы.

Таким образом, организации работы по управлению персоналом играет огромную роль во всей деятельности кадровой службой. Строго организованная и четко регламентированная деятельность кадровой службы играет значительную роль в успешной деятельности компании. Качественно разработанные положение о кадровой службе и об ее подразделения, должностные инструкции специалистов кадровой службы, рациональная организация труда, оптимальная структура и численность сотрудников кадровой службы способствуют ее

эффективному функционированию в целях своевременного обеспечения компании персоналом соответствующей квалификации с наиболее эффективным использованием основных фондов, трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Таким образом, организация деятельности кадровой службы является отправной точкой, как при формировании кадровой службы, так и в дальнейшем ее развитии.

### **Алгоритм стратегического планирования предпринимательской деятельности в медицинских организациях**

А. А. Ибраева

гр. ЭЭМ-101-О-03

Научный руководитель

А. Е. Миллер

Стратегическое планирование предпринимательской деятельности не может разрешать критические ситуации, угрожающие конкретной предпринимательской структуре. Однако правильная оценка задач стратегического планирования и правильный подход к данному процессу должен снижать риски попадания в критические ситуации.

Организация процесса стратегического планирования предпринимательской деятельности должна включать следующие шаги:

- четкое и однозначное определение позиций высшего руководства относительно того, что оно ожидает от стратегического планирования и доведение этой информации до сведения всех работников предпринимательской структуры;
- определение ожиданий и информирование всех вовлеченных в разработку стратегического плана специалистов;
- сбор информации, необходимой для разработки плана;
- опрос основного управленческого состава в части его готовности к грядущим переменам;
- определение цели стратегического плана и периода планирования.

Система стратегического планирования предпринимательской деятельности в настоящее время не имеет четкого алгоритма.

На рис. 1 предложен алгоритм стратегического планирования. В качестве начального этапа стратегического планирования является формирование миссии и целеполагание.

Следующим этапом является анализ внешних факторов, к которым относятся:

- система финансирования (оплата оказанных медицинских услуг);
- уровень цен (тарифов) - при оказании платных услуг и в системе ОМС;
- величина подушевых нормативов;
- система налогообложения и т.д.

Медицинские учреждения имеют ограниченные возможности влиять на эти факторы, поэтому вынуждены приспосабливаться к ним. Внешние факторы определяют разновыгодность тех или иных видов медицинской помощи, направлений деятельности и т.д. вне связи с реальными показателями работы медицинского учреждения.

Это те ориентиры, которым должны следовать учреждения здравоохранения в выборе наиболее рациональных с экономической точки зрения направлений деятельности в данных условиях. Хотя не обязательно это наиболее эффективные виды деятельности с точки зрения общества в целом или с медицинской точки зрения.

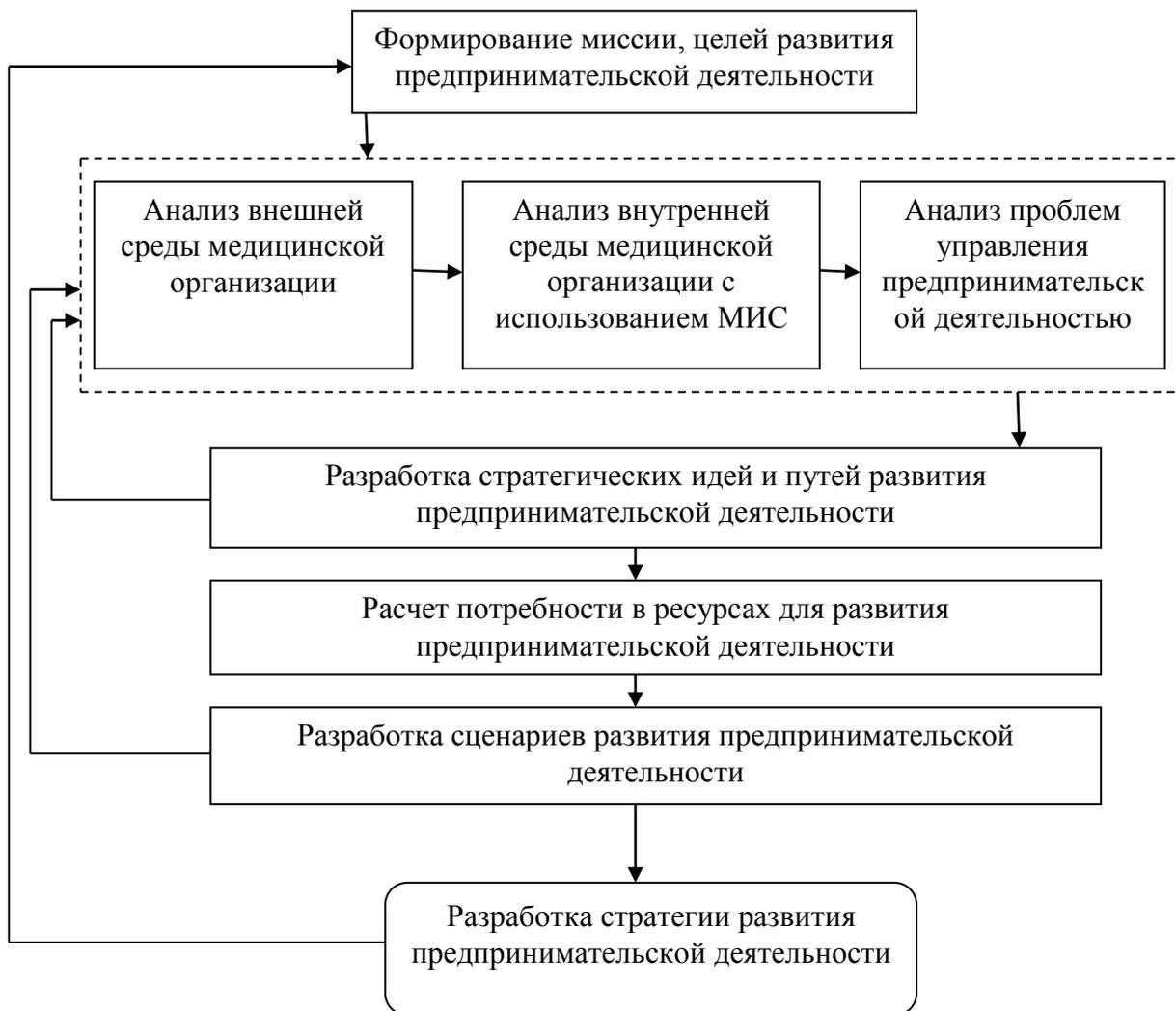


Рис. 1. Алгоритм стратегического планирования предпринимательской деятельности в медицинских организациях

Важным шагом после целеполагания и анализа внешней среды является оценка текущей ситуации (анализ внутренней среды медицинской организации), для четкого понимания которой нужно собрать достоверную и полную информацию.

В медицинских организациях в процессе стратегического планирования практически всегда возникают следующие проблемы:

- на каждом уровне управления возникает свое восприятие и интерпретация информации, в результате чего неточность, допущенная на одном каком-либо уровне, превращается в поток бесконечных ошибок на других уровнях управления;

- информационный поток превращается в хаотичное движение сложных для восприятия данных;

- стратегия предприятия сложна для понимания и с трудом воспринимается (или вообще не воспринимается) на разных уровнях управления.

Для решения этих проблем необходимо внедрение информационных технологий в процессы деятельности медицинских организаций. Медицинская информационная система (МИС) значительно облегчит и повысит эффективность стратегического планирования. Система должна быть построена по модульному принципу. Это означает, что система может развертываться в медицинской организации постепенно, модуль за модулем, в соответствии с производственной необходимостью и возможностями организации. Информационная система должна комплексно управлять основными процессами в медицинской организации по оказанию медицинской помощи, начиная с первичного обращения пациента и до момента завершения обследования или лечения, а также эффективно контролировать финансы, персонал, материальные запасы, потребности и другие активы учреждения. Система должна обеспечивать персонифицированный учет медицинских услуг, лекарственных препаратов.

Важна интеграция системы с другими системами, действующими в медицинской организации. Так, взаимодействие с бухгалтерской информационной системой позволит, с одной стороны, контролировать расход материальных запасов, а, с другой стороны, прогнозировать потребности и составлять график закупок.

Медицинская информационная система должна содержать модуль медицинской статистики, который в любой момент покажет как идет работа в организации. Также этот модуль предоставит данные для планирования: необходимого количества персонала, материальных ресурсов. Кроме того необходим экономический модуль. Здесь анализируются все данные, поступающие в систему. На основе экономико-математических моделей могут составляться прогнозы. В общем, это тот модуль, где готовится информация, необходимая для принятия управленческих решений: какие нужны финансовые ресурсы, как составить график закупок, какой потребуется персонал.

После анализа внешней и внутренней среды медицинской организации проводится анализ проблем управления. Важнейший этап анализа проблемной ситуации – выявление и структуризация факторов ее существования.

Разработка стратегических идей и путей развития предпринимательской деятельности является не менее важным этапом стратегического планирования. Здесь очень важно на

основе результатов проведенного стратегического анализа сделать правильный вывод о дальнейших путях развития деятельности медицинской организации и в соответствии с этим разработать стратегические идеи дальнейшего развития.

После этого необходимо произвести расчет потребностей в ресурсах различного рода для развития предпринимательской деятельности.

Следующим этапом является разработка сценариев развития предпринимательской деятельности. Варианты будущего развития позволяют разработать стратегию в нескольких вариантах в зависимости от состояния внешней среды и внутренней среды медицинской организации.

Последним этапом стратегического планирования является разработка стратегии развития предпринимательской деятельности. Здесь важно с учетом сценариев развития предпринимательской деятельности разработать адекватную стратегию.

Процесс стратегического планирования должен быть открытым к изменениям. Жестко сформированный процесс может устареть в условиях быстро меняющейся окружающей внутренней и особенно внешней среды.

### **Законы эволюции систем в ТРИЗ**

К.И. Ильин  
ЭММ-202-О-11

Научный руководитель  
С.Н. Апенько

В последнее время рынок бизнес-консалтинга в России стремительно развивается, растет спрос на его услуги, клиенты становятся все более разборчивыми и требовательными при выборе партнера на рынке консалтинговых услуг.

Компании-заказчику важно знать, есть ли у консультантов опыт решения аналогичных задач и что собой представляет арсенал используемых консалтинговых технологий.

Автор статьи предлагает современным консультантам по управлению взять на вооружение ТРИЗ-технологии.

ТРИЗ — теория решения изобретательских задач — область знаний, исследующая механизмы развития технических систем с целью создания практических методов решения изобретательских задач. Автор ТРИЗ — Генрих Саулович Альтшуллер. Работа над ТРИЗ была начата Г. С. Альтшуллером и его коллегами в 1946 году.

Применимо к управленческому консультированию ТРИЗ-технологии относятся ближе к методам, применяемым на этапе планирования действий, а именно к методам творческого мышления.

В процессе адаптации ТРИЗ к технологии консалтинга, в первую очередь важно выяснить, насколько адаптивны основные принципы и законы ТРИЗ. В данной статье представлены законы, по которым развиваются технические системы, согласно ТРИЗ, с примерами из экономики. Излагаемые здесь основные положения базируются на трудах профессоров Рывина Е.И. и Фэя В.Р., переведенных автором данной статьи.

На сегодняшний день были сформулированы следующие законы эволюции:

- закон увеличения степени идеальности;
- закон неоднородной эволюции подсистем;
- закон перехода к системе более высокого уровня;
- закон повышения динамизма (гибкость);
- закон перехода на микроуровень;
- закон полноты;
- закон сокращения пути потока энергии;
- закон возрастания вепольных взаимодействий;
- закон согласования ритмов.

Закон увеличения степени идеальности утверждает, что технологические системы развиваются в сторону увеличения степени идеальности. Степень идеальности по существу является соотношением выгод и затрат на них. Возможности различных товаров (например, сотовых телефонов, компьютеров, автомобилей) бесконечно растут, в то время как цены на них падают. Системы с более высокой степенью идеальности имеют гораздо больше шансов выжить в долгосрочной перспективе «отсеивания» на рынке, т.е. доминировать.

Закон неоднородной эволюции подсистем гласит, что части одной и той же системы развиваются с разной скоростью. Это создает системные конфликты, которые порождают возможности для инноваций. При совершенствовании системы обычными способами, один показатель системы обычно улучшают за счет ухудшения другого (например, повышая качество продукции, покупают более дорогие материалы, при этом растет и цена на сам товар). Такая ситуация называется системным конфликтом. В то время как традиционные принципы проектирования ориентируют проектировщика на поиски наиболее дешевого компромисса, Г.С. Альтшуллер разработал ряд методов преодоления системных конфликтов, т.е. удовлетворения обоих конфликтующих требований. Технологические системы развиваются в направлении от моно- к би- или полисистемам (закон перехода к системе более высокого уровня). Системы обычно возникают как моносистемы, предназначенные для выполнения одной функции, а затем постепенно приобретают возможности выполнять больше функций, или более сложные. Например, спортзал (моносистема) → спортзал с бассейном (бисистема) → Спортивно-оздоровительный комплекс и т.д. (полисистема). В

конец концов, би- и полисистемы могут входить в моносистему более высокого уровня, выполняющую более сложные функции.

В соответствии с законом повышения динамизма (гибкости), «жесткие» структуры эволюционируют в более гибкие и адаптивные. Новая система обычно создается для работы в конкретной окружающей среде. Такая система демонстрирует возможность осуществления основной идеи проекта, но ее применение и эксплуатационные характеристики ограничены. В ходе эволюции, система становится более приспособленной к меняющимся условиям. Например, производственное предприятие производит и продаёт свою продукцию фиксированными партиями. В процессе эволюции, предприятие, узнав о потребностях рынка в изменении размера товарных партий и доставке, адаптируется под них.

Закон перехода с макро- на микроуровень утверждает, что технологические системы развиваются в сторону все большего дробления их составляющих (элементов). Другими словами, в процессе эволюции, некогда созданные отделы организации, выполнявшие широкий набор функций, с увеличением объёма работ делятся на подразделения и рабочие группы со своей специализацией. Таким образом, при возникновении очередной задачи, всему отделу уже не нужно реагировать на неё, т.к. отдельно взятая специализированная группа сделает это легче и быстрее.

Закон полноты гласит, что автономная технологическая система имеет четыре главные части: рабочие средства, трансмиссию, двигатель и средства управления (профессор Михаил Орлов в своей книге «Основы классической ТРИЗ» называет данную систему «абстрактной машиной», выделяя при этом в её структуре источник энергии, трансмиссию, рабочий орган, систему управления и конфигуратор. Как можно заметить, была выделена новая часть – конфигуратор, который придает форму системе, задает взаимное расположение её элементов). Данной «абстрактной машиной» является и экономическая система под названием предприятие. Так кадры в работе предприятия являются рабочими средствами, двигатель – это приказы и поручения руководства (средства управления), а механизм, с помощью которого эти поручения доходят до кадров – это трансмиссия.

Технологические системы развиваются в сторону сокращения расстояния между энергетическими источниками и рабочими средствами (закон сокращения пути потока энергии). Это может быть сокращение стадий преобразования энергии между различными её формами (например, тепловой и механической) или механизмов (к примеру, механических редукторов или электрических трансформаторов). Передача информации также соответствует данной тенденции. В экономических системах, данный закон также актуален, поскольку позволяет экономить время, а, следовательно, и деньги, повышая системную эффективность.

Закон согласования ритмов утверждает, что необходимым условием для существования эффективной технологической системы является согласование периодичности действия (или естественных частот) её составляющих. Наиболее жизнеспособные системы характеризуются таким согласованием действий их основных элементов, когда эти действия синхронизованы и направлены на поддержку друг друга. Это очень похоже на системы производства, в которых реализуется взаимодействие «точно в срок» между главными элементами производственной последовательности, что в итоге способствует наиболее эффективной работе. Если принцип синхронизации нарушается, то элементы системы будут мешать друг другу, и её производительность будет падать. Этот закон касается не только производственных предприятий, но также и тех, которые занимаются выполнением работ или оказанием услуг. Во время своей работы любое предприятие старается сократить простои, возникающие между процессами, согласовывая их (процессов) ритмы.

Как показывают примеры, законы эволюции, разработанные для технологических систем, подходят и для экономических систем. Это ещё раз доказывает, что разные типы систем развиваются по схожему сценарию. Различные системы объединяет характер их работы во время реализации главной полезной функции таких систем. Знание консультантом данных законов позволит легче работать с системой клиента, а также применять ТРИЗ.

#### **Библиографический список**

1. Орлов, М.А. Основы классической ТРИЗ. Практическое руководство для изобретательного мышления. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: СОЛОН-ПРЕСС. 2006. - 432 с.
2. Fey V.R., Rivin E.I. Innovation on Demand - New York: Cambridge University Press. 2005. - 242 с.

#### **Перспективы развития национальной платёжной системы России**

Ш.А. Карсян  
гр. ЭЭБ-105-о

Научный руководитель  
Р.Т. Балакина

Теория организации и управления платежными системами является одним из наименее разработанных разделов экономической науки. Довольно продолжительное время платежная система рассматривалась как техническая инфраструктура, обеспечивающая выполнение деньгами функции средства платежа. Национальная платежная система в настоящее время играет ключевую роль в экономике страны, обеспечивая перевод денежных средств, в том числе при реализации единой государственной денежно-кредитной политики.

Согласно сведений Комитета по платёжным и расчётным системам Банка Международных Расчётов, центральные банки стремятся оказывать влияние на структуру и функционирование платёжных и расчётных систем для достижения целей государственной политики по поддержанию денежной и финансовой стабильности. Такая деятельность названа оверсайтом платёжных и расчётных систем; она во многом базируется на обязанностях и полномочиях, которые имеют центральные банки в том или ином государстве.

Обеспечение стабильности и развитие национальной платёжной системы (далее НПС) является одной из целей деятельности Банка России в соответствии со ст. 3 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

С учетом анализа текущего состояния НПС и оказывающих влияние на ее развитие факторов Банк России определил следующие направления развития национальной платёжной системы:

- а) совершенствование регулирования и правоприменения в НПС;
- б) развитие платёжных услуг;
- в) развитие платёжных систем и платёжной инфраструктуры;
- г) повышение консультативной и координирующей роли Банка России в НПС;
- д) развитие национальной и международной интеграции.

Для лучшего понимания разберёмся с ролью Банка России в НПС.

Банк России как регулятор НПС (функция надзора) должен:

- разрабатывать прозрачную правовую базу;
- осуществлять контроль за соблюдением нормативных актов

В качестве пользователя Банк России должен использовать новые эффективные и безопасные платёжные услуги.

В качестве органа наблюдения ЦБ должен

- осуществлять мониторинг платёжных систем;
- оценивать их соответствие целям надёжности и эффективности;
- проводить различного рода консультации;
- давать рекомендации.

В деятельность Банка России в качестве катализатора должно входить:

- формулирование реалистичных инициатив развития платёжной системы;
- разработка законопроектов по НПС.

Хотел бы подробнее рассказать о мониторинге со стороны ЦБ РФ.

На сегодняшний день доля клиентов с релевантными контактами - не более 20% от объёма эмиссии в банках. Отсутствие возможности уведомить более чем 80% клиентов об операциях - увеличивает риск мошеннической деятельности недобросовестных клиентов.

Срок, необходимый для актуализации контактных данных о клиентах, согласно экспертной оценке, не меньше двух лет.

Чтобы из протоколов системы определить события, которые следует контролировать с целью выявления потенциальных инцидентов и выполнения указания Банка России, их нужно связать с информационными активами, которые в свою очередь, связываются с процессом перевода денежных средств. Ряд повторяющихся либо связанных между собой событий в различных системах могут сигнализировать о том, что произошёл такой инцидент и требуется соответствующая реакция.

В целях выявления событий, которые могут быть признаками инцидентов информационной безопасности, требуется развёртывание системы по сбору и консолидации «логов» (SIEM-системы), которая вдобавок к сбору «логов», способна производить корреляцию событий в разных системах.

Процессы мониторинга событий и реагирования на инциденты информационной безопасности способны снизить ущерб от их воздействия, а корректирующие действия, направленные на устранение причин возникновения инцидентов, - вероятность повторения инцидента и ущерба от его повторного возникновения.

В соответствии с «Основными направлениями единой государственной денежно-кредитной политики» важными элементами развития НПС Российской Федерации являются модернизация платежных инструментов и совершенствование правил осуществления платежей и переводов денежных средств в России с учетом международного опыта и российской банковской практики с целью повышения эффективности обработки платежей на всех этапах перевода денежных средств и сближения с международными стандартами.

Специалисты Банка России участвуют в работе трех подкомитетов (безопасность банковских операций, основные банковские услуги, карты и связанные розничные операции) и семи рабочих групп (в том числе безопасность цифровых архивов финансовой информации, подготовка рекомендаций по наилучшему использованию стандартов кодов стран и валют, подготовка стандарта для обмена электронными счетами-фактурами), среди которых особо выделяются рабочие группы по сопровождению и развитию стандарта ISO 20022.

Система связанных непрерывных расчетов (Continuous Linked Settlement, CLS) – международная система для осуществления расчетов по конверсионным операциям<sup>12</sup>.

CLS создана в 2002 г. по инициативе частного сектора в целях устранения риска потери основной суммы, связанного с увеличением объемов конверсионных операций по иностранной валюте. CLS производит расчет по операциям спот, форвардным контрактам, опционам, свопам, беспоставочным форвардам и кредитным деривативам.

С ростом глобализации и усилением интеграционных процессов в финансовом и банковском секторах у России и российских финансовых институтов, ориентированных на присутствие на международных рынках инвестиций и капитала, возникает объективная необходимость повышать эффективность трансграничных финансовых операций, в том числе расчетных и конверсионных, как в иностранной валюте, так и с участием российского рубля, уделяя при этом особое внимание вопросам эффективности и надежности подобных операций.

Таким образом, закон о НПС в части надзора и наблюдения во многом следует международным стандартам в сфере платёжных и расчётных систем, что позволяет ЦБ РФ использовать при практической реализации наиболее защищенные методы организации деятельности центральных банков. Также нельзя не отметить, что для построения эффективных механизмов финансового рынка и развития национальной платежной системы необходимы совместные усилия финансовых организаций и государства. Финансовых организаций – в направлении дальнейшего развития продуктов и услуг, а также обеспечения их соответствия международным стандартам и наилучшей международной практике. Государства – в направлении совершенствования регулирования рынка, обеспечения интеграции национальной платежной системы в государственные и региональные социальные и информационные проекты, а также для достижения цели формирования в России международного финансового центра, обеспечивающего глобальную конкурентоспособность российского рынка.

### **Эффективность и справедливость**

М. Д. Катасонов  
гр. ЭЭБ -204

Научный руководитель  
.....Н. В. Мухаровский

Справедливость – одно из самых любимых слов большинства населения многих стран. В России справедливость ценится не меньше свободы. В США и Англии, по-видимому, на первом месте свобода, но справедливость занимает вполне достойное место в

---

<sup>12</sup> Обаева А. С. Национальная платежная система инфраструктура, инновации, перспективы развития [Электронный ресурс]//Деньги и кредит, 2010, №5. - Режим доступа: <http://finanal.ru/005/natsionalnaya-platzhnaya-sistema-infrastruktura-innovatsii-perspektivy-razvitiya?page=0,5> (дата обращения 28.04.2013)

шкале ценностей, особенно среди не самых богатых. Вообще о справедливости больше говорят бедные, чем богатые, что вполне естественно.

Любовь к справедливости сильнее всего проявляется в периоды социальных потрясений. Знаменитый лозунг «Свобода, равенство, братство» рожден Великой французской революцией 1789г. Эти три слова так любимы французами, что они долгое время (до введения евро) чеканили их на своих монетах. Правда, на банкнотах они отсутствовали. Возможно, Французский банк считал знаменитый лозунг более важным для бедных, чем для богатых.

Понятие «справедливость» довольно многогранно, поэтому необходимо сказать о взглядах на справедливость, которую мы будем рассматривать как *равенство возможностей*.

Существует 4 взгляда на социальную справедливость:

1. *эгалитарный*. Эгалитарный взгляд требует равного распределения доходов. Эгалитаризм исходит из того, что все члены общества должны иметь не только равные возможности, но и более или менее равные результаты;

2. *утилитарный*. Утилитарный взгляд иногда может восприниматься как близкий к эгалитарному, но он предполагает наиболее существенное различие между наиболее и наименее обеспеченными членами общества. Если бы все люди были совершенно одинаковы в своих вкусах и предпочтениях, то утилитарный принцип превратился бы в эгалитарный;

3. *рыночный*. Рыночное распределение доходов означает лишь одну «справедливость»: доходы всех владельцев факторов производства формируются на основе законов; спроса и предложения, а так же предельной производительности факторов.

4. *роулсианский, на нем мы остановимся поподробнее*.

Последний подход связан с именем Джона Роулза, который является автором работы под названием «Теория справедливости». До этой книги, изданной в 1972 г., Роулз опубликовал в 1957г. небольшую (9 страниц) статью «Справедливость как честность», которая определила общую концепцию его теории справедливости.

Поскольку люди по-разному понимают справедливость (и равенство), необходимо согласование правил, которые обеспечили бы разумное устройство общества. Для выработки таких правил Роулз предлагает модель «исходного положения», в которой люди ничего не знают о своем будущем в обсуждаемом проекте общественного устройства и не имеют точной информации о своих способностях и возможностях их реализации.

В такой модели Роулз предлагает максимизировать благосостояние наименее удачливых граждан. Исходя из этого формируется 3 принципа справедливости:

1. *принцип равных свобод*
2. *принцип равных возможностей*
3. *принцип обеспечения достойного существования бедных*

Эти принципы должны удовлетворяться в той же последовательности, в которой они перечислены.

Во многих публикациях по проблеме справедливости противопоставляются понятия «равенство» и «свобода». Основная причина этого в том, что чем больше свободы, тем больше неравенства (особенно в потреблении). Но свобода в проявлении способностей человека – это тоже один из аспектов справедливости. Поэтому необходимо стремиться к максимизации использования способностей людей или соблюдения ограничений, норм и законов, необходимых для устойчивости общественных систем.

Перейдем к практическим аспектам обеспечения справедливости. Различное понимание справедливости проявляется прежде всего в сферах и направлениях реализации равенства возможностей. Отметим следующие из них:

1. распределение общественного богатства и продуктов труда;
2. защита достоинства и имущества граждан;
3. доступность образования и медицинской помощи;
4. развитие и использование природных способностей;
5. поведение на рынках труда, товаров и ресурсов;
6. участие в управлении предприятием, деятельности региональных и государственных органов власти.

Первый из этих аспектов часто сводится к равенству в имуществе и потреблении. Эксперимент, проведенный над гражданами стран бывшего социалистического лагеря, показал, что ориентация государства на такое понимание справедливости ведет в тупик.

Второй аспект справедливости – *равенство возможностей в защите достоинства и имущества граждан* – характеризуется тем, что в законодательстве всех цивилизованных стран, конвенциях Международной организации труда и других документах международных организаций подчеркивается равенство всех граждан перед законом, необходимость защиты их чести, достоинства, имущества. Реальное соблюдение этих требований в современном обществе еще не обеспечивается в одинаковой мере для всех граждан.

Различия в доходах и собственности существенно влияют на *доступность образования и медицинской помощи*. Однако всем гражданам цивилизованных стран обеспечивается возможность получения среднего образования и основных медицинских услуг.

*Равенство возможностей для развития и использования природных способностей человека* является одной из важных характеристик справедливости общественных отношений. В цивилизованных странах эти возможности сейчас больше чем в начале XX в. и ранее. Поскольку реализация способностей в значительной степени зависит от социального происхождения, образования и воспитания, поскольку в этой сфере еще сохраняется неравенство. Уменьшение этого вида неравенства соответствует интересам не только тех, кто обладает большими способностями, но и всего общества.

Способности человека являются важнейшими из экономических ресурсов. Результаты деятельности людей, обладающих большими изобретательскими, предпринимательскими, научными, художественными способностями, как правило, выше среднего уровня. Поэтому в развитых странах природные способности стали одной из наиболее значимых причин неравенства. Такой вид неравенства при разумной налоговой политике соответствует интересам всего населения страны.

В условиях рыночной экономики справедливость часто рассматривается как *равенство возможностей на рынках труда, товаров и ресурсов*. Практически это то, что понимается под справедливой конкуренцией, проблемы и предпосылки которой рассматриваются в работах по общей экономической теории.

*Возможности участия в управлении предприятиями, а также в деятельности органов власти* являются важным аспектом справедливости в демократическом обществе. Они обычно рассматриваются с позиции представительства различных социальных групп в органах, распределяющих ресурсы, доходы и другие блага. Выражение интересов всех слоев общества, безусловно, необходимо

Соотношение эффективности и справедливости – одна из самых модных тем дискуссий в экономической теории и практической политике. При разработке модели оптимизации соотношения «эффективность-справедливость» следует исходить из того, что, с одной стороны, рост эффективности обеспечивает условия для большей справедливости общественных отношений, с другой – удовлетворение потребности в справедливости играет существенную роль в мотивации роста эффективности. В этом аспекте важна не только дифференциация доходов, но и общая социально-психологическая атмосфера, основанная на взаимном доброжелательстве, которое является наиболее дефицитным ресурсом большинства предприятий, в том числе российских. Люди, полагающие, что к ним относятся несправедливо, не могут работать эффективно.

Проблема реализации эффективности и справедливости всегда и везде была актуальной, особенно при рыночной или переходной экономике. Для наглядности можно рассмотреть данную проблему на примере Российской Федерации, для которой в данный

момент характерная переходная экономика. Хочу обратить внимание на статистику доходов населения и на систему налогообложения.

В 2007 году журнал Forbes утверждал, что суммарное состояние 14 самых богатых граждан России составляло 26 % ВВП страны. По данным «Forbes» на сентябрь 2007 года, суммарное состояние 100 богатейших россиян выросло за год на 36 %. По данным журнала Forbes, с мая 2008 года по февраль 2009 года число российских долларовых миллиардеров сократилось со 110 до 32 человек, а их общее состояние уменьшилось почти в 5 раз. В 2011—2012 годах число российских долларовых миллиардеров составляет около 100 человек, с совокупным состоянием \$499 млрд. По данным на IV квартал 2009 года величина прожиточного минимума — 5144 руб./месяц. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума — 13,1 % (2009 г.). По данным за три квартала 2012 года величина прожиточного минимума в РФ составляла 6643 руб./месяц. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума — 12,1 % (данные за январь-сентябрь 2012 г.). Таким образом можно говорить не только об огромной дифференциации доходов и поляризации населения в России, но и о концентрации колоссальной доли ВВП в руках лиц, которые и не составят даже одну миллионную населения.

Реализация справедливости как равенства возможностей существенно зависит от системы налогообложения. В этом аспекте действующая в России единая для всех физических лиц ставка подоходного налога 13% крайне несправедлива. Неоднократно отмечалось, что надежды авторов этой так называемой плоской шкалы на то, что богатые выведут свои доходы из «тени», не оправдались. Во всех цивилизованных странах действуют прогрессивные шкалы налогообложения, при которых ставки налога для богатых в три-четыре раза выше, чем для бедных. Поэтому можно сказать, что политика в России, направленная на обеспечение справедливости и на поиск компромисса между эффективностью и справедливостью, либо вообще отсутствует, либо проводится для отвода глаз, ведь судя по данным о доходах населения за последние 5 лет нельзя говорить о какой-либо справедливости.

Перед любой экономической системой стоит проблема выбора: предпочесть ли рыночное распределение доходов, корректируемое государством, или же государственное распределение доходов, корректируемое рынком.

Рыночное распределение доходов не гарантирует каждому человеку приемлемый уровень дохода. В этом состоит некая социальная несправедливость рынка. Государство, принимая на себя значительную долю ответственности за соблюдение неотъемлемого права

человека на достойную жизнь, организует перераспределение доходов. Несмотря на достижения развитых стран в социально-экономической сфере, дифференциация доходов, ее масштабы и обоснованность по-прежнему представляют серьезную общественную проблему.

Противоречие экономической эффективности и социальной справедливости — это современная превращенная форма общеэкономического противоречия между производством и потреблением. Соответственно, экономическая эффективность достигается в условиях рыночной системы с минимальным вмешательством государства. Социальная справедливость рассматривается как механизм перераспределения доходов с целью предотвращения их чрезмерной дифференциации. Основным аргумент в пользу неравенства доходов состоит в том, что необходимо сохранить стимулы для производства продукции и получения доходов. Кроме того, налоги в целом для общества стоят обычно больше той величины, которую правительство получает в виде налогов. Попытки увеличить доходы бедных за счет изъятия определенных сумм у богатых оборачиваются серьезными потерями в эффективности. Эта ситуация наиболее точно была сформулирована американским экономистом Артуром Оукеном: «...мы можем переносить деньги от богатых к бедным только в дырявом ведре.» Учитывая предпочтение обществом равенства (или по крайней мере равенства в большей степени, чем обеспечивает рыночное распределение доходов), а также издержки отклонений от определяемого рынком распределения, общество сталкивается с дилеммой: равенство или эффективность. Оптимальным результатом, как правило, является компромисс». По подсчетам Оукена, попытки увеличить доходы бедных за счет изъятия части доходов у богатых приводит к потерям, которые равносильны тому, что из каждых 350 долл., изъятых у богатых, 100 долл. доходят до бедных, а 250 долл. просто теряются.

Мировой опыт показывает, что в ряде случаев нарушения рыночного механизма, вызванные чрезмерно активным вмешательством государства в его функционирование, приводят к тому, что попытки улучшить положение одной части населения за счет другой приносили вред обеим. В то же время сокращение роли государства в регулировании доходов населения ведет к росту дифференциации доходов, социальной напряженности, обострению социальных конфликтов и в итоге — к падению производства, снижению его эффективности.

В завершение хотелось бы сделать некоторые выводы по данной проблеме:

1. Проблема «эффективность-справедливость» всегда была и будет актуальной для общества;

2. Данные категории не могут быть одновременно реализованы в полной мере, поэтому решением проблемы является компромисс;

3. Чтобы не допустить социальных конфликтов или фатальных экономических потерь можно пойти на некоторые жертвы в целях обеспечения большего равенства, необходимо разработать такой экономический механизм, который сведет к минимуму издержки, неизбежно возникающие при перераспределении доходов, а также необходимо создать систему обеспечения роулсианских принципов справедливости на практике, основанных прежде всего на доброжелательном отношении предпринимателя к работнику, добросовестности чиновников и контролем за их деятельностью со стороны государства.

### **Оценка социально – экономического развития муниципального образования (на примере Тарского муниципального района)**

К.А. Климятич  
гр. ЭГС- 009-О

Научный руководитель  
О.В. Гокова

Совершенствование механизма устойчивого социально-экономического развития муниципального образования становится одним из наиболее актуальных вопросов в области повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления. Муниципальные районы Омской области обладают существенным потенциалом развития, который при определенных условиях может стать дополнительным источником экономического роста региона. Вместе с тем, особенностью Омской области является проблема межрайонных диспропорций социально-экономического развития, а так же высокая дифференциация расселения населения по районам области. Это обусловлено в первую очередь тем, что Омская область имеет значительную протяженность с севера на юг (600 км) и расположена в четырех климатических зонах.

Тарский муниципальный район образован в 1929 году. Является центром северного экономического региона Омской области. Площадь района равна 15,7 тыс. кв. км, что составляет около 11 % от общей площади Омской области. Численность населения по состоянию на 1 января 2013 года составляет 46,1 тыс. человек<sup>13</sup>.

Как и для всех северных районов Омской области для Тарского района характерен невысокий уровень социально-экономического развития, ограниченные возможности адаптации к современным рыночным условиям, значительная удаленность от административного центра Омской области – города Омска (302 км), а так же от железной дороги (250 км). Однако, в то же время, Тарский район является одним из наиболее

---

<sup>13</sup> Численность населения Омской области на 1 января 2013 года. – Омск, Омкстат, 2013. – С. 6.

перспективных районов в области введения в хозяйственный оборот полезных ископаемых. Начало интенсивного развития экономики начинается с 2000 года, в связи с разработкой и освоением Крапивинского месторождения нефти в результате притока инвестиций. Строительство моста через р. Иртыш в селе Самсоново Тарского района, завершённое в 2004 году, позволило создать предпосылки для более динамичного развития севера Омской области. Все это повышает конкурентоспособность района и подтверждает актуальность и необходимость оценки социально-экономического развития Тарского муниципального района.

Она производилась по следующим критериям с использованием показателей, содержащихся в Указе Президента РФ от 28.04.2008 № 607: число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тыс. человек населения; общая площадь жилых помещений, введенная в действие за один год; уровень инвестиций в основной капитал; размер среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников; уровень развития сельского хозяйства; естественная убыль/прирост населения и миграционный отток/прирост населения<sup>14</sup>.

Развитие малого и среднего бизнеса обеспечивает рост производства, а так же увеличение рабочих мест. Основным показателем, определяющим динамику развития малого и среднего бизнеса, является число субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 000 человек. В 2011 году этот показатель составил 247,2 субъекта малого и среднего бизнеса на 10 тыс. человек, а в 2012 – 250 субъектов. Муниципальные органы власти оказывают поддержку субъектам предпринимательства в форме материального и нематериального поощрения. Так, из средств бюджетов различных уровней на поддержку малого предпринимательства в 2011 году было выделено 12,5 млн. рублей<sup>15</sup>.

Темпы социально-экономического развития территории зависят от инвестиций, направляемых в экономику района. По уровню инвестиций в основной капитал Тарский район занимал в 2012 году второе место среди районов Омской области. Необходимо отметить, что в 2008 году отмечался самый высокий уровень инвестиций в развитие экономики Тарского района – 2 990,0 млн. рублей. Однако в 2009-2012 годах из-за негативного влияния экономического кризиса произошло снижение инвестиций, направляемых на развитие экономики района. Инвестиционные вложения за 2012 год составили 467,9 млн. рублей<sup>16</sup>. Несмотря на это, Тарский район по данному показателю

---

<sup>14</sup> Указ Президента РФ от 28.04.2008 № 607 // Президент России: офиц. сайт. 2000. URL: <http://graph.document.kremlin.ru/page.aspx?958953> (дата обращения: 02.05.2013).

<sup>15</sup> Социально-экономическое положение районов Омской области за январь-декабрь 2012 года: доклад. – Омск, Омкстат, 2012. – С. 53.

<sup>16</sup> Там же. С. 43.

сохраняет ведущие позиции среди районов области, что свидетельствует об общей тенденции сокращения инвестиций во всех районах Омской области.

Важнейшим показателем, определяющим уровень жизни населения, следует считать размер среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников, которая составила по итогам 2012 года 15483 рубля, что на 7,7 % выше аналогичного показателя 2011 года и на 6,3 % выше среднего показателя по начисленной заработной плате по районам Омской области – 14567,5 рублей.<sup>17</sup>

Одним из основных направлений деятельности Тарского района является развитие и укрупнение сельского хозяйства. В районе действует «Тарский информационно-консультационный центр», с помощью которого обеспечивается конкурентоспособность производителей сельхозпродукции. Доля прибыльных сельхоз. организаций в общем их числе в 2012 году составила 100 %. Тарский район в 2012 году занял 5 место среди районов области по поголовью крупного рогатого скота в крупных и средних сельхоз. организациях. Показатель производства мяса в районе увеличился за 2012 год на 13,3 % по сравнению с 2011 годом и на 6,1 % по производству молока. По данным показателям район занимает 9 и 5 рейтинговые места соответственно<sup>18</sup>.

Актуальной для Тарского района остается проблема обеспечения населения жильем. В настоящее время более 50 % населения Тарского района имеет жилье, не отвечающее требованиям благоустройства и комфортности. В 2012 году площадь жилых домов, введенных в действие, была равна 11,3 кв. м, что превысило на 50,4 % уровень 2011 года. В прошлом году было введено в эксплуатацию 131 здание жилого назначения<sup>19</sup>.

Демографическая ситуация в большинстве районов Омской области, начиная с 1993 года, характеризуется сокращением численности населения. В Тарском районе численность населения начала сокращаться с 1959 года. После распада СССР численность сократилась с 51,9 тыс. человек до 46,1 тыс. человек на 11,2 %. Для Тарского района характерна естественная убыль населения. В 2012 году этот показатель составил 2,3 на 1000 человек населения, что в 1,3 раза ниже соответствующего показателя 2011 года. Кроме того, в районе существует проблема миграционного оттока населения. Если в 2011 году наблюдалось положительное сальдо миграции (56 человек), то уже в 2012 году отрицательное (минус 281 человек)<sup>20</sup>.

Итак, Тарский район является одним из самых перспективных районов Омской области в сфере введения в хозяйственный оборот полезных ископаемых, лесозаготовок, а

---

<sup>17</sup> Социально-экономическое положение районов Омской области за январь-декабрь 2012 года: доклад. – Омск, Омкстат, 2012. – С. 62.

<sup>18</sup> Там же. С. 2-3.

<sup>19</sup> Там же. С. 4.

<sup>20</sup> Ест. движение и миграция населения Омской области в 2012 году. – Омск, Омкстат, 2013. – С. 9.

также малого бизнеса. Несмотря на это Тарский район имеет некоторые проблемы в области социально-экономического развития, такие как: неблагоприятный инвестиционный климат; недостаточный уровень развития сельского хозяйства; обеспечение населения жильем; естественная и миграционная убыль населения.

### Пути реформирования налога на доходы физических лиц в России

И. С. Кобыльник .  
ЭНС-908-О

Научный руководитель  
Л.А. Родина

В последние годы в России активно обсуждаются вопросы реформирования НДФЛ для повышения его фискальных функций и достижения справедливости налогообложения.

Согласно Росстату, на сегодняшний день доходы богатых превышают доходы бедных почти в 16 раз. Учитывая, что разница более чем в 10 раз является сигналом социальной опасности, разрыв в доходах между богатыми и бедными достиг критического уровня. Кроме того, на долю 10% самых высокооплачиваемых жителей страны приходится 30,4% от общего объема денежных доходов; самые бедные зарабатывают лишь 1,9% от всех доходов граждан России. [1]

Одной из причин такой ситуации является плоская шкала подоходного налога, которая, как считают многие, перестала себя оправдывать. Ее введение в 2001 обосновывалось необходимостью повышению уровня собираемости налогов, искоренения схем сокрытия реальных выплат, но проблему это не решило.

Использование прогрессивной шкалы объясняется принципом справедливости, выведенным А. Смитом: «Налоги должны уплачиваться в соответствии со способностями и силами подданных. Соблюдение этого положения или пренебрежение им приведет к так называемому равенству или неравенству обложения».

Опыт большинства стран свидетельствует о том, что прогрессивная шкала налогообложения доходов физических лиц позволяет изымать сверхдоходы и возвращать эти средства в оборот путем создания новых рабочих мест и социальных выплат. [2]

Примеры стран, которые используют прогрессивную шкалу [3]:

| Страна   | Ставка, %  |
|----------|------------|
| Германия | 16 – 45    |
| Бразилия | 7,5 – 27,5 |
| Индия    | 10 – 30    |
| Швеция   | 0 – 56     |
| Италия   | 23 – 45    |

Из таблицы видна широкая вариативность ставок не только в экономически развитых странах, но и в странах БРИКС – с похожей экономической ситуацией.

В России в последнее время ведется множество дискуссий о целесообразности введения прогрессивной шкалы. В 2010 и 2011 годах были внесены три альтернативных законопроекта, но они не нашли поддержки в Госдуме. [4]

Первый законопроект устанавливал ставку налога в размере 5% для граждан с доходом менее 60 тыс. руб. в год. Для доходов от 60 тыс. до 600 тыс. руб. вводилась ставка 15%. Для доходов от 600 тыс. до 3 млн. руб. — 25%, для доходов от 3 млн. до 12 млн. руб. — 35%, для доходов свыше 12 млн. руб. в год — 45%.

Стоит отметить довольно низкую ставку для граждан с годовым доходом менее 60 тыс. руб. по сравнению с действующей, однако указанные налоговые ставки 35% и 45% очень велики и применять их преждевременно - они возможны только в условиях высокой социальной стабильности и высоких социальных гарантий государства.

Второй законопроект предлагал установить ставку по доходам до 3 млн. руб. в размере 13%, по доходам свыше 3 млн., но не более 15 млн руб. — 390 тыс. рублей (13%) плюс 25% с суммы, превышающей 3 млн рублей; по доходам свыше 15 млн рублей, но не более 30 млн рублей — 3,39 (11,3%) млн рублей плюс 35% с суммы, превышающей 15 млн рублей; по доходам свыше 30 млн рублей — 8,64 млн рублей (28,8%) плюс 50% с суммы, превышающей 30 млн рублей.

В этом законопроекте автор считает, что не решен вопрос тяжелого налогового бремени среднего класса, ставка налога для этой категории остается высокой.

Третий законопроект, внесенный депутатами КПрФ в июле 2011 года, предусматривал ставку НДФЛ по доходам до 120 тыс. рублей включительно — 10%, от 120 тыс. до 500 тыс. рублей — 12 тыс. рублей плюс 15% с суммы, превышающей 120 тыс. рублей; от 500 тыс. до 1,1 млн рублей — 69 тыс. рублей плюс 25% с суммы, превышающей 500 тыс. рублей; от 1,1 млн до 2,9 млн рублей — 219 тыс. рублей плюс 35% с суммы, превышающей 1,1 млн рублей; свыше 2,9 млн рублей — 849 тыс. рублей плюс 45% с суммы, превышающей 2,9 млн рублей.

Необходимо сказать, что резкий переход на столь высокие ставки может повлечь за собой ряд негативных последствий, в том числе уход от налогообложения, рост объемов скрытой оплаты труда, использование различных схем оптимизации, эффект «ловушки бедности» - когда из-за высоких налогов у налогоплательщика исчезает стимул зарабатывать больше.

Все вышеперечисленные проекты, по мнению автора, содержат те или иные недостатки как для социально незащищенных слоев населения, так и для состоятельных граждан. Одно из условий перехода к новой системе налогообложения – это политическая воля

руководителей Российской Федерации то есть принятие политиком мер с пользой для страны, но с риском для своей политической карьеры.

Автор считает, что пока богатые будут воспринимать прогрессивную шкалу как наказание за их труд и уходить от налогообложения, а бедные не будут платить налоги из-за нерационального использования денежных средств введение прогрессивной шкалы нецелесообразно. Таким образом, необходимо начинать с формирования налоговой сознательности налогоплательщиков.

Главный аргумент сторонников введения прогрессивной шкалы – слишком большое социальное расслоение общества и маленькая часть среднего класса, на котором выстроены все современные развитые экономики мира. Также присутствует проблема недостатка покупательского спроса, то есть у большинства россиян нет денег, кроме как на питание, и причина кроется не в отсутствии ресурсов, а в неэффективности их распределения.

Реализация перехода к прогрессивной шкале должна проходить постепенно и включать несколько этапов.

Во-первых, должен быть установлен размер необлагаемого минимума, соответствующего, по крайней мере, МРОТ для каждого субъекта. (МРОТ по России на 2013 год составляет 5205 рублей, прожиточный минимум – сумма потребительской корзины – 6130 рублей). [5] В РФ пока определения «необлагаемого минимума» нет, вместо него присутствуют налоговые вычеты, величина которых намного ниже прожиточного минимума и МРОТ. Также величина необлагаемого минимума должна постоянно корректироваться с учетом инфляции.

Во-вторых, уровень необлагаемого минимума должен зависеть как от возраста, так и от состояния здоровья (например, в Великобритании минимум увеличивается у более старых людей; в США он увеличивается у слепых, а в России прожиточный минимум уменьшается у более старых людей).

В-третьих, одновременно с введением необлагаемого минимума целесообразно установить альтернативный минимальный налог, который используется в США в отношении граждан, злоупотреблявших использованием налоговых льгот и взимается, когда применяемые совокупные льготы позволяют снизить налоговые обязательства ниже установленных уровней. Это позволит добиться большей равномерности и стабильности поступления НДС в бюджет и обеспечения справедливости налогообложения в условиях применения различных вычетов. [6]

В-четвертых, ставки прогрессии разумно устанавливать с учетом размера заработных плат региона и платежеспособности разных групп граждан. Максимальная ставка не должна

превышать тот уровень, который побуждает налогоплательщика уходить в тень и снижать стимулы для получения более высокого дохода.

В-пятых, доходы, облагаемые НДФЛ по прогрессивной системе, должны быть разделены, условно говоря, на «трудовые доходы» и «нетрудовые доходы (или «налоги на доходы от капитала»)). «Трудовые доходы» – это доходы, источником которых является труд, предпринимательство, самозанятость, творчество или иная личная активность налогоплательщика. «Нетрудовые доходы» – дивиденды, проценты по вкладам, сдача в аренду недвижимости, доходы от продажи бизнеса и дорогостоящих объектов, выигрыши в лотерею, имущество, полученное в порядке наследования, расходы, не покрываемые доходами и т.п. Повышенные ставки НДФЛ должны применяться именно к «нетрудовым» сверхдоходам.

Противники введения прогрессивной шкалы НДФЛ утверждают, что это может привести к снижению общей инвестиционной привлекательности России и ухудшению налоговых условий для формирующегося среднего класса и не обеспечит социальную справедливость. Кроме того, это создаст дополнительные стимулы для оттока из страны высококвалифицированных специалистов.

«При введении такой шкалы будет недополучение в бюджет соответствующих объемов средств. Значит, у нас возникнут дефициты по поводу финансирования армии, пенсий, бюджетной сферы.", - сказал В.Путин в декабре 2012 года. [7]

Весомым является вопрос налоговой дисциплины граждан и ответственности, которые формируют налоговую культуру. За рубежом налоговая ответственность является очень жесткой, имеют место быть смешанные формы санкций, например, в Германии, США и Франции (тюремное заключение и ощутимые штрафы). Такие жесткие меры ответственности являются правильным решением, так как страх ответственности налогоплательщика является, скорее всего, первостатейным фактором, который заставляет платить налог.

Реформирование элементов НДФЛ должно проходить комплексно, то есть вместе с введением прогрессивной ставки увеличатся расходы на налоговое администрирование, налоговым органам придется усилить контроль за налоговыми агентами, в связи с уменьшением «легального» фонда оплаты труда последними. Поэтому введение прогрессивной шкалы НДФЛ возможно только после всесторонних обоснованных расчетов эффективности этого нововведения.

#### **Библиографический список**

1. Федеральная служба государственной статистики:  
[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/urov/urov\\_32g.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_32g.htm).

2. Бижанов М. Чего можно ожидать от прогрессивной шкалы НДФЛ?// [http://taxpravo.ru/analitika/statuya-142046-chego\\_mojno\\_ojdat\\_ot\\_progressivnoy\\_shkalyi\\_ndfl](http://taxpravo.ru/analitika/statuya-142046-chego_mojno_ojdat_ot_progressivnoy_shkalyi_ndfl).
3. Концептуальные основы реформирования налога на доходы физических лиц в России: монография/Е.С. Вылкова, А.Л. Тарасевич – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – С. 154.
4. Российское агентство международной информации «РИА Новости»// Госдума отклонила законопроекты о прогрессивной шкале НДФЛ: <http://ria.ru/economy/20130115/918221319.html>.
5. Федеральная служба государственной статистики: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/urov/urov\\_41kv.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_41kv.htm).
6. Концептуальные основы реформирования налога на доходы физических лиц в России: монография/Е.С. Вылкова, А.Л. Тарасевич – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – С.145.
7. Финансово-экономический журнал «Forbes»// Послание Федеральному собранию: 10 главных тезисов Путина: <http://m.forbes.ru/article.php?id=231462>.

### **Island of a bad luck**

Я.А. Колпакова  
гр.ЭЭБ-106-О

Научный руководитель  
Р.Г. Смелик

The theme of my report is «Island of a bad luck».

I would like to tell you about the crisis in Cyprus and how it will affect the economy of our country.

So the points of my plan are to analyze the economic situation in Cyprus and the causes of the crisis; to determine the extent of impact of the crisis on the economy of the Russian Federation and to summarize the above information.

#### **The causes of the crisis.**

The crisis is the result of global financial imbalances.

Recently, the Cyprus economy was rapidly collapsing. One of the reasons is a crisis in Greece. Many banks in Cyprus have a big amount of shares in Greek financial institutions.

The allocation of European aid package for Greece played a significant role.

In 2012, Cyprus owed international creditors more than 750 million euros. The economy of the country cannot pay this debt.

Crisis in Cyprus is a series of errors.

Such errors as mistakes of journalists and analysts: exaggeration, fault of investors: carelessness, Errors which was made by Cypriot authorities and Russian authorities.

#### **"Good" and "bad" banks.**

Two biggest banks (Cyprus Popular Bank (Laiki) and Bank of Cyprus.) have suffered from the cancellation of bonds.

Laiki Bank was divided into 2 parts: "bad bank" and "good bank". Deposits larger than 100 000 euro were transferred and the "bad bank» and deposits up to 100 000 euro were transferred to "good bank".

And now I am going to tell you about the changing of economic indicators:

In 2011, the budget deficit rose to 7%, and GDP grew by 0.5%. In 2012, GDP fell by 1.1% and Cyprus asked for international help. In 2013, the rate unemployment is 14.7%.

### **Affected depositors.**

19 000 depositors of Bank of Cyprus will suffer a loss.

Uninsured depositors Laiki will lose most of their deposits.

Russian oligarchs insist that their companies do not hold deposits in Cyprus and the crisis will not affect them.

In 2012, "Sberbank" withdrew money from banks in Cyprus.

«Gazprom Bank» left in the accounts of a small amount of money.

Possible loss of Russian investors will make about 40%.

Igor Shuvalov (First Deputy Prime Minister) said that RUSSIA is not obligated to help Cyprus.

Medvedev suggested the idea of offshore companies in "good places" of Russia. There are Sakhalin the far East. Russian losses in Cyprus are offensive, but not fatal. The Russian authorities are hoping that some Russian money will flow from Cyprus to Russia.

### **Conclusion**

The history of Cyprus is not over and it will affect the economies of other countries.

The crisis has affected the economy of Russia. However, this effect did not break the Russian banking system.

Russia did not refuse to help the island, extending the previous loan at very stringent conditions. Many details are still hidden from the public, but it is known that the Russian authorities don't want to keep money in foreign offshore. The crisis in Cyprus showed that the money should be kept at homeland.

### **Sources of literature**

<http://www.inopressa.ru>

<http://ru.wikipedia>

<http://worldcrisis.ru/crisis>

## Сущность принципов налогообложения

Е.Е. Крючкова.....Научный руководитель  
ЭЭБ- 205-О ..... Н.В. Миллер

Постоянно развивающийся и меняющийся мир, вызывает перемены в налоговой системе. С уверенностью можно сказать, что налоги – необходимое звено экономических отношений любого общества. Изучение основ налогообложения и налоговой системы является составной частью современного экономического образования. Учитывая многоаспектность содержания налогов, их комплексный характер и неоднозначную природу, необходимо отметить, что каждой сфере налоговых отношений соответствует своя система принципов. Эта тема очень актуальна, так как система налогообложения не совершенна на сегодняшний день, и для того чтобы добиться максимальных результатов в этой области, нужно правильно выстроить принципы налогообложения, учесть опыт наших предшественников.

Принципы - это основополагающие и руководящие идеи, ведущие положения, определяющие начала чего-либо. Если формулировку применить к налогообложению, то принципами следует считать базовые идеи и положения, существующие в налоговой сфере. На современном этапе принципы налогообложения - это основополагающие и руководящие идеи, ведущие положения, определяющие начала осуществления налоговых отношений. В налогово-экономической и налогово-правовой литературе выделяется два уровня принципов налогообложения.

Первый уровень – это экономические принципы налогообложения. Они находят свое отражения во многих принципах налогового права. В своих трудах экономисты к экономическим принципам налогообложения относят принцип справедливости, принцип соразмерности налогообложения, принцип максимального учета интересов и возможностей налогоплательщиков, принцип экономичности эффективности налогообложения, принцип рентабельности налоговых мероприятий. Второй уровень – это юридические принципы налогообложения.

Суть в том что, в конкретной налоговой системе будут реализованы только те экономические принципы налогообложения, которые закреплены в регулирующих эту налоговую систему правовых нормах. Тогда эти экономические принципы налогообложения становятся юридическими принципами. Соответственно экономические принципы налогообложения, не закрепленные в налоговоправовых нормах, в определенной налоговой системе не применяются, т.е. отсутствуют.

И так, принципам налогообложения уделяли значительное внимание зарубежные экономисты, такие как Ф. Юсти, П. Верри, О. Марибо, А. Смит, А. Вагнер, Д. Рикардо.

Впервые принципы налогообложения были сформулированы в XVIII в. великим шотландским исследователем экономики и естественного права *Адамом Смитом* (1725—1793) в его знаменитом труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.). Сегодня его критерии определяют как классическими принципами налогообложения.

1. Принцип справедливости. Первый принцип сформулирован Адамом Смитом так: «Подданные государства должны делать взносы с целью поддержания деятельности правительства, которые как можно точнее пропорциональны экономическим возможностям налогоплательщиков, т.е. пропорциональны доходам, которые они получают благодаря государственному устройству общества». Адам Смит считал, что принципу справедливости соответствует пропорциональное налогообложение, когда лица с разными доходами вносят в бюджет одинаковую долю своих доходов. Пропорциональность соответствовала существовавшим во времена Адама Смита социально-экономическим условиям.

2. Принцип определенности налогообложения. А. Смит формулирует содержание этого принципа так: «Налог, который обязывается уплачивать каждое отдельное лицо, должен быть точно определен, а не произволен. Срок уплаты, способ платежа, сумма платежа — все это должно быть ясно и определенно для плательщика и для всякого другого лица», так как неопределенность налогообложения — это большее зло, чем неравномерность налогообложения.

3. Принцип удобства налогообложения. Смысл этого принципа в том, что налогообложение должно осуществляться, таким образом, так как удобно налогоплательщику оплатить налог.

4. Принцип экономии. На сегодняшний день данный принцип рассматривается как технический принцип построения налога. Трактуются он обычно следующим образом: расходы по взиманию налога должны быть минимальными по сравнению с доходом, который приносит данный налог. И если снова опираться на труды Смита, содержание указанного принципа сводится к тому, что «каждый налог должен быть так задуман и разработан, чтобы он брал и удерживал из карманов народа возможно меньше сверх того, что он приносит государственному казначейству». На основе четырех принципов Адама Смита налогообложения к настоящему времени сложились два реальных принципа налогообложения.

Первый, физические и юридические лица должны уплачивать налоги, пропорционально тем выгодам, которые они получили от государства. Логично, что те, кто получил большую выгоду от предлагаемых правительством товаров и услуг должны платить налоги, необходимые для финансирования производства этих товаров и услуг. Некоторая

часть общественных благ финансируется главным образом на основе этого принципа. Второй принцип предполагает зависимость налога от размера получаемого дохода, т.е. физические и юридические лица, имеющие более высокие доходы, выплачивают и большие налоги и наоборот.

Приведенные классические принципы дополнил и обобщил, а также внес вклад в расширение и систематизацию, немецкий экономист *Адольф Вагнер* (1835—1917).

1. Финансовые принципы организации налогообложения: - достаточность налогообложения; эластичность (подвижность) налогообложения.

2. Народнохозяйственные принципы: - надлежащий выбор источника налогообложения, т.е. решение вопроса о том, должен ли налог падать только на доход или капитал отдельного лица или на населения в целом; - правильная комбинация различных налогов в такую систему, которая считалась бы с последствиями и условиями их предложения.

3. Этические принципы, принципы справедливости: - всеобщность налогообложения; - равномерность налогообложения.

4. Административно-технические правила или принципы налогового управления: - определенность налогообложения; - удобство уплаты налога; - максимальное уменьшение издержек взимания. В современных условиях правильно организованная налоговая система должна соответствовать следующим основным критериям: - налоговое законодательство должно быть стабильно; - взаимоотношения налогоплательщиков и государства должны носить правовой характер; - тяжесть налогового бремени должна равномерно распределяться между категориями налогоплательщиков и внутри этих категорий; - взимаемые налоги должны быть соразмерны доходам налогоплательщиков; - способы и время взимания налогов должны быть удобны для налогоплательщика; - существует равенство налогоплательщиков перед законом (принцип не дискриминации); - по сбору налогов издержки должны быть минимальны; - нейтральность налогообложения в отношении форм и методов экономической деятельности; - доступность и открытость информации по налогообложению; - соблюдение налоговой тайны.

Подводя итог, можно сказать, что много ученых занимались исследованием принципов налогообложения, предлагали различные критерии для построения совершенной модели налогообложения, но в каждой модели можно найти как положительные стороны, так и отрицательные стороны. В настоящее время принципы налогообложения закреплены в статьях Налогового кодекса и Конституции Российской Федерации. Можно предположить, что никто и никогда не создаст идеальную налоговую систему, которая подходила бы для всех налогоплательщиков и всем гражданам страны и воспринималась, как справедливая. Законодательство любой страны должно стремиться к тому, чтобы не допустить значительной неравномерности в распределении налога по разным категориям налогоплательщиков, различающихся по социальному составу, роду занятий и т.д.

## Проблемы бедности в современной России и пути их решения

Ю.С. Куксина  
ЭПБ-215

Научный руководитель  
О.Н. Бородина

После реформ конца XX века в России усилилась социальная дифференциация общества. Увеличилось количество бедного населения. На данный момент существует несколько подходов к определению понятия бедности, но в них есть общие моменты. Таким образом, бедность можно определить как экономическое положение индивида или социальной группы (семьи, населения региона, страны), вызванное недостатком материальных средств для обеспечения жизнедеятельности и работоспособности, а также для поддержания определенного уровня жизни, принятого в обществе.

Выделяют различные виды бедности. Среди них абсолютная, относительная, первичная, вторичная, ситуативная, постоянная, «плавающая», «устойчивая». В конце XX века российские социологи и экономисты выделили традиционную бедность «старых бедных» и «новых бедных».

Существует немало причин возникновения бедности. Из них можно выделить следующие группы: экономические, демографические, политические, социально-медицинские<sup>21</sup>, образовательные, регионально-географические<sup>22</sup>, культурно-религиозные (Христианство в целом очень плохо относится к богатству и готово терпеть состоятельных людей, если они будут давать деньги церкви<sup>23</sup>.)

Анализируя данные изменения уровня бедности в России, США и в странах Евросоюза можно заметить, что в России количество бедных меньше, чем в США и ЕС, но европейский и американский бедняк оказывается богаче российского. Чем же это вызвано? Дело состоит в том, что в определении уровня бедности Россия, США и Евросоюз подходят с разных позиций, используют разные методики.

В России черта бедности определяется на основе расчета прожиточного минимума. Домохозяйства, доход которых не превышает прожиточный минимум, т.е. находятся за порогом бедности, относят в низший класс. «Величина прожиточного минимума представляет собой стоимостную оценку потребительской корзины (включающей минимальные наборы продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг,

---

<sup>21</sup> Бобков В.Н., Зинин В.Г., Разумов А.А. Политика доходов и заработной платы. Доклад в рамках проекта МОТ "Преодоление бедности, содействие занятости и местное экономическое развитие в Северо-Западном федеральном округе. — М., 2004. — С. 10.

<sup>22</sup> <http://bednost.fond-com.org/1456.html>

<sup>23</sup> <http://hbr-russia.ru/issue/66/2505/>

необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности), а также обязательные платежи и сборы»<sup>24</sup>.

Расчет черты бедности в США аналогичен, но есть существенное отличие. Оно заключается в том, что доля потребительской корзины не должна превышать трети прожиточного минимума.

В Европе для измерения относительного уровня бедности, как правило, используется два основных подхода:

1. По методике ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), бедным считается человек с доходом меньше 60% медианного дохода по стране.

2. Также Европейское статистическое агентство рассчитывает долю населения с доходами менее 50% среднедушевого дохода в стране. Считается, что человек с таким уровнем доходов подвергается потенциальному риску бедности.

Также в практике выделяется субъективный подход. Он основан на субъективном определении индивидом своего экономического положения в сравнении с нормами принятыми в обществе. Используя эти методики на примере уровня бедности в России в 2004 году, можно получить следующие данные (табл.1):

Таблица 1

Численность и доля бедных россиян (по различным подходам к измерению уровня бедности), 2004 г.

| <i>Метод измерения уровня бедности</i>   | <i>Количество бедных<br/>(% населения)</i> |
|--|--|
| Росстат РФ   | 17,8%                                      |
| Европейский подход (доля населения с доходом ниже 60% медианного дохода по стране)         | 25%  |
| Европейский подход (доля населения с доходами ниже 50% среднедушевого фактического дохода) | 29%  |
| Американский подход  | 28,8%                                      |
| Субъективный подход  | 42,2%                                      |

Проводя анализ данных, полученных при подсчете количества бедных в России за 2004 год используя разные подходы, можно заметить, что бедность в России примерно в 1,5 раза превышает официальный уровень.

Россия, как и любая страна, стремится сократить уровень бедности. При выборе политике по снижению бедности (активной или пассивной) государство учитывает ряд

<sup>24</sup> [http://www.gks.ru/gis/metod/m\\_01.htm](http://www.gks.ru/gis/metod/m_01.htm)

показателей. Например, к ним относятся, политическая ситуация, которая сложилась как в самой стране, так и за ее пределами, уровень развития экономики, экономическая стабильность и так далее. В целях снижения уровня бедности в мировой практике государство проводит активную и пассивную политику.

Пассивная политика государства заключается, например, в выплате пособий, установлении минимального размера оплаты труда, в формировании системы эффективной поддержки уязвимых групп населения (престарелые, инвалиды, семьи с высокой иждивенческой нагрузкой, семьи в экстремальных ситуациях) и гарантий недискриминационного доступа к бесплатным ресурсам. При выборе пассивной политики нужно учитывать, что все время содержать население на пособия невозможно, следовательно, полагаться на эффективность данной политике не приходится.

Активная политика заключается в увеличении занятости населения. Эта задача может решаться за счет создания рабочих мест в трудоемких отраслях легкой, пищевой промышленности, машиностроении и других отраслях, ориентированных на внутренний рынок и массового потребителя. Необходимо совершенствование кредитования отечественного производителя, поддержка малого и среднего бизнеса. То есть необходимо обеспечивать условия для выхода из бедности трудоспособного населения на трудовой основе. Одним из наиболее ярких примеров проведения активной политики по предупреждению бедности является программа поддержки отечественного автопроизводителя в 2010 году. При выборе активной политике необходимо учитывать, что трудоустроить все население невозможно. Согласно экспериментальной программе любой владелец иностранного или российского автомобиля возрастом старше 10 лет и массой до 3,5 тонн в полной комплектации мог сдать его в одну из утвержденных правительством утилизирующих фирм в обмен на сертификат, стоимостью 50 000 рублей, по которому мог приобрести новый автомобиль российского производства и утвержденного правительством России, со скидкой, равной стоимости сертификата. Сертификат можно было использовать только на покупку нового автомобиля, обналчить его было нельзя.

Правительство рассчитывало при помощи данной программы значительно увеличить продажи российских автомобилей. Поддержка отечественного автопрома приведет к росту экономики, увеличению числа рабочих мест. Рост производства автомобилей в России сдерживают проблемы с сырьем и материалами. В первую очередь проблема в поставках высококачественной стали. Следовательно, это приведет к развитию металлургии, а значит к увеличению рабочих мест. Однако, усиленное развитие отраслей, направленных на массового потребителя может привести к перенасыщению рынка данным товаром (услугой). Таким образом, можем отметить, что универсальное средство в борьбе с бедностью еще не

придумано. Это является актуальной проблемой для всех государств, и ее решение требует дальнейших работ в этой сфере.

### Стратегический контроллинг

М.М. Курцаев  
гр. ЭМС-901-О

Научный руководитель  
И.В.Руденко

Актуальность темы исследования обусловлена объективными процессами современного этапа развития мировой экономики, ускорением темпов научно-технического прогресса, глобализацией производственно-хозяйственных связей, ужесточением конкуренции и требований рынка.

Целью исследования является обоснование роли стратегического контроллинга в качестве инновационной управляющей системы, основанной на информационных технологиях, а также выявление особенностей и закономерностей его практического применения. Контроллинг — это комплексная система управления организацией, направленная на координацию взаимодействия систем менеджмента и контроля их эффективности. Наиболее распространено деление методов контроллинга на стратегические и оперативные. Они взаимодействуют посредством инструментов оперативного и стратегического контроллинга на основе совместно используемых процессоров (датчиков).

Миссией контроллинга является помощь предприятиям при переходе от «ремесленного» к профессиональному менеджменту, реализуя при этом принцип разделения проектирования технологий управления и реализации функции управления.

В результате эволюции взглядов на стратегический контроллинг, немецкой Школой была обоснована необходимость введения обособленной должности контроллера, призванного помочь менеджеру в принятии эффективных решений.

Основные задачи контроллера:

- обеспечивать прозрачность стратегии, результатов оперативной деятельности предприятия;
- составлять и интерпретировать итоговую отчетность для менеджеров и собственников.

Проблемы внедрения системы стратегического контроллинга на российских предприятиях можно разделить на четыре группы: исторические проблемы (непрозрачность отчетности), психологические проблемы (особенности восприятия руководителей и работников), организационные проблемы (неучастие потенциальных пользователей в процессе создания системы), методологические проблемы (неувязка краткосрочного и долгосрочного планирования). Внедрение на практике основ контроллинга за последние три

года позволило многим компаниям существенно улучшить хозяйственные результаты, прежде всего по прибыли и рентабельности, а также упрочить рыночные позиции и повысить конкурентоспособность. Свидетельством в пользу этого служат данные, из которых можно сделать вывод, что внедрение программ контроллинга в качестве полноценной системы требует достаточно длительного периода времени, в рамках которого возможно полнее использовать потенциал контроллинга. Наиболее эффективным является применение систем контроллинга для глобальных, стратегических решений. В этом случае, за счет более тщательной проработки повышается качество принимаемых решений и, соответственно, их результативность, что обуславливает существенное повышение эффективности менеджмента.

Фондовый рынок по-разному реагирует на факторы роста стоимости. Прежде всего он опирается на данные об их благоприятной, долгосрочной перспективе. Следовательно, рынок ориентируется не только на текущую прибыльность акций. В то же время применение практического инструментария контроллинга на разных предприятиях существенно различается. По-разному построена и организационная основа подобных служб. Имеющиеся на большинстве германских предприятий службы контроллинга в первую очередь занимаются учетом и анализом затрат, а также результатов финансовой и хозяйственной деятельности.

| Компания            | Вид используемой программы | Эффект от принятия долгосрочных финансовых решений на основе контроллинговых мероприятий (рост качества решений, %) | Общее влияние контроллинга на процесс управления (рост эффективности управления, %) |
|---------------------|----------------------------|---|---|
| ОАО «Лудинг»        | Долгосрочная (15–20 лет)   | На 43,4%  | На 38,7%  |
| ОАО «СПИ-РВВК»      | Перспективная (10–15 лет)  | На 41,1%  | На 36,9%  |
| ООО «Локатор»       | Комплексная (15–20 лет)    | На 34,5%  | На 30,6%  |
| КБ «Юниаструм Банк» | Долгосрочная (20–25 лет)   | На 32,2%  | На 29,8%  |
| ИФК «Солид»         | Долгосрочная (10–15 лет)   | На 18,9%  | На 18,9%  |

**Рис. 1 Опыт использования принципов контроллинга российскими предприятиями**

Опыт использования принципов контроллинга российскими предприятиями и организациями показывает, что применение возможностей контроллинга охватывает различные сферы предпринимательства, содействуя существенному улучшению финансовых результатов, открытости финансовой документации, совершенствованию планирования, повышению качества аналитической работы, вносит большой вклад в

налаживание и улучшение действий по систематическому контролю за деятельностью всех подразделений предприятий.

Исходя из данных исследования Торгово-промышленной палаты Российской Федерации следует, что внедрение систем контроллинга на предприятии представляют собой длительный процесс, порядка пятнадцати-двадцати лет, который позволяет компаниям формировать видение компании на ближайшие пятнадцать лет, улучшать организационную структуру предприятия, избегать потерь связанных с неэффективным документооборотом, работой с поставщиками, сбором недостоверной и избыточной информации, делая предприятие более конкурентоспособным в условиях рыночной экономики, переводя его в инновационное поле.

### **Библиографический список**

1. Дайле А. Практика контроллинга. / Под. ред. М.Л. Лукашевича, Е.Н. Тихоненковой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 336с.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: «Инфра-М», 2004. – 512 с.
3. Фалько С.Г., Носов В.М. Контроллинг на предприятии. – М.: «Знание России», 2005. – 80 с.
4. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга. – М.: «Финансы и статистика», 2007. – 351 с.
5. Шерм Г.Э. Уточнение содержания контроллинга как функции управления и его поддержки // БОСС. – 2006 – № 3 – С. 6-8.

### **Экономическая стратификация российского общества**

В.А. Лукьянова  
ЭПБ-215-О

Научный руководитель  
О.Н. Бородина

В России, как и во всех странах мира, общество никогда не являлось однородным. Оно делилось на группы, слои, классы. В связи с этим одним из базисных понятий современной социологии является понятие стратификация общества, которое описывает социальное неравенство в обществе, деление социальных слоёв по уровню доходов, образу жизни, по наличию или отсутствию привилегий.

Один из создателей стратификационной теории П.Сорокин выделял три вида стратификации:

- 1) экономическую - выражается в различии степени доходов и уровня жизни.

2) политическую - вытекает из различного положения различных групп в системе властных институтов.

3) профессиональную - выделяет деление общества на группировки людей по их занятиям и роду деятельности.

Любое общество, переходя от менее к более развитому состоянию, обнаруживает не ослабление, а усиление экономического неравенства. Отсюда экономическая стратификация – это расслоение населения по уровню доходов и уровню жизни. Основанием экономической стратификации служит лестница доходов: бедняки занимают низшую ступень, зажиточные группы населения — среднюю, а богатые — верхнюю.

Говоря об экономическом статусе некой группы, следует выделить два основных типа флуктуации. Первый относится к экономическому падению или подъему группы. Второй тип относится к росту или сокращению экономической стратификации внутри самой группы.

**Стратификация общества** происходит под влиянием нескольких факторов: дохода, богатства, власти, престижа, собственности на средства производства, уровнем образования.

Экономическое расслоение российского общества конца 20 века происходило под влиянием приватизации государственной собственности в 1992 году. Социальные последствия приватизации в России имеют негативный характер. Вследствие изменения социальной реальности, российское современное общество делится на высший ( 6-8%), средний (22-25%), протосредний (50-55%) и низший (12-22%) классы. Таким образом, в современной России есть относительно небольшой «настоящий» средний класс и многочисленные протосредние слои, представители которого обладают лишь частью признаков среднего класса.

В отличие от российской стратификационной модели, которая представляет собой пирамиду, западную модель можно изобразить в виде ромба, поскольку самым многочисленным в этих обществах является средний класс. Но, в отличие от российской модели, в западной процент низшего слоя намного меньше. Это связано с тем, что налоги, направленные против богатых, в сочетании с пособиями для неимущих и нетрудоспособных, сгладили различия между верхами и низами.

Рассмотрим социальный портрет представителя среднего класса в Омске:

Это мужчины и женщины в возрасте от 30-50 лет с демократическими взглядами, с высшим, а то и двумя университетскими образованиями, мечтающие о стабильности и зарабатывающие в месяц от 15 до 25 тыс. рублей на каждого члена своей семьи. Делать сбережения им приходится только на автомобиль и квартиру.

Основной функцией среднего класса является социальная стабилизация. Следовательно, нашему государству следует предпринять меры по увеличению среднего класса и следовательно по уменьшению экономического расслоения общества.

Рекомендации по уменьшению экономического расслоения российского общества:

- 1) Повышение доходов как главного критерия экономической стратификации .
- 2) Снижение влияния налоговой нагрузки;
- 3) Административный метод регулирования доходов;
- 4) Поддержка со стороны государства путем прямых инвестиций или налоговых льгот;
- 5) Уменьшение коррупции.

В заключении хотелось бы отметить то, что экономическая стратификация в России ещё формируется, находится на начальном этапе становления. Поэтому, в настоящее время переход с одного слоя на другой является возможным.

### **Роль корпоративной культуры в управлении ООО «Ястро»**

Э. Р. Мансурова  
гр. ЭМС-801-О

Научный руководитель  
С.Н. Кужева

ООО «Ястро» результат ребрендинга Омского завода плавленых сыров, это современное предприятие пищевого производства. Предприятие выпускает плавленые сыры в брикетах, пластиковых стаканчиках, контейнерах, в полимерной пленке, а также колбасные сыры натурального копчения в парафине и в вакуумной упаковке. На сегодняшний день в ассортименте предприятия до 70 наименований плавленых сыров в различной упаковке.

Реализация продукции осуществляется в десяти странах мира: Россия, Белоруссия, Украина, Казахстан, Киргизия, Узбекистан, Таджикистан, Монголия, Туркмения, Азербайджан.

Компания особое внимание уделяет контролю качества продукции. Его стабилизации способствовало построение системы жесткого контроля над процессом производства и используемым сырьем, а так же строгое соблюдение параметров технологического процесса.

Организационная культура – это набор убеждений, верований, ценностей и норм, которые разделяют работники организации. Это осознание себя и своего места в организации, коммуникации, внешний вид сотрудника, организация питания, осознание времени, ценности (стандарты которые исходят от основателя или нынешних руководителей) и нормы (стандарт поведения работника), способность принимать решения, уважение к сотрудникам и доверие к коллегам. Корпоративная культура является частью

организационной культуры, необходима для достижения конкретных целей. В настоящее время традиционно выделяют три уровня корпоративной культуры: 1) поверхностный (символический); 2) подповерхностный; 3) базовый (глубинный).

Поверхностный уровень корпоративной культуры ООО «Ястро» представлен многими элементами. Во-первых, это корпоративный знак – красно-оранжевые языки пламени, движущиеся по кругу, символизирующее непрерывность производства, развития, стремительного движения вперед. «Ястро» означает ярко, быстро, просто. Эти же цвета преобладают на сувенирной продукции компании (ручках, кружках, ежедневниках, календарях). Во-вторых, такие составляющие корпоративной культуры, как флаг, гимн, собственная газета, спецодежда (которая не только создает комфортные и безопасные условия для работы, но и является носителем общекорпоративного и отраслевого стиля) имеются, но не в полном объеме. Обновление информационных стендов. В-третьих – корпоративные праздники, с помощью которых решаются задачи формирования и развития консолидации коллектива ООО «Ястро», поддерживаются и укрепляются отношения между подразделениями компании. Однако корпоративные праздники распространяются только на сотрудников Back офиса, для производственного персонала подобные мероприятия не организовываются. Такие инструменты управления как мифы и легенды, помогающие формированию правильного имиджа организации, не используются.

Подповерхностный уровень культуры организации создается базовым документом «Правила внутреннего трудового распорядка». Разумеется, данного документа не достаточно для гибкой трансляция предназначения компании, ее ценностей и видения. В связи с этим планируется разработка информационных буклетов, где информация будет представлена в яркой, доступной форме и буклет можно взять с собой. При этом буклеты разного содержания для кандидатов к трудоустройству, действующих сотрудников компании и вводный буклет для адаптации сотрудников. Предназначение ООО «Ястро»: «Изменять жизнь к лучшему вкусными разнообразными продуктами». Видение на горизонт 2030 года: «Сто тысяч тонн в год сыра и продуктов на его основе (каждая пятая покупка) на территории Евразии и Африки должны быть продукцией компании Ястро, входящей в пятерку крупнейших операторов на рынке сыра, регулярными потребителями которой являются миллионы человек, знающих и разделяющих ценности предлагаемых торговых марок».

Базовый (глубинный) это ценности сформированные руководством компанией и ценности сотрудников. Ценности ООО «Ястро»:

1. Честность и открытость во всех аспектах бизнеса.
2. Мы стремимся к достижению выдающихся результатов, заслуживающих признания и уважения у самих себя и окружающих.

3. Мы ценим профессионализм, эффективность, непрерывное развитие и совершенствование. Мы много и с энтузиазмом работаем. Мы работаем столько, сколько нужно, и еще немного (принцип 101 бассейна).

4. Вовлеченность всех в общее дело, преданность ему - основа нашей Команды. Уважение и возможности для сотрудников, включая возможность участвовать в успехе компании.

Проанализировав корпоративную культуру ООО «Ястро» с точки зрения модели Т. Питерса и Р. Уотермана можно сказать, что ООО «Ястро» очень близка к характеристикам успешной компании:

- У сотрудников компании закреплена вера в действия. Согласно этой ценности, решения принимаются даже в условиях недостатка информации. Откладывание решений равносильно их неприятию.

- Налажена связь с потребителем. Потребитель для ООО «Ястро» представляет фокус в их работе, так как именно от него поступает главная информация для организации, о чем свидетельствует процедура планирования. Планирование начинается с анализа объема продаж и плана продаж на перспективный период в Дирекции по управлению маркетингом. Удовлетворенность конечного потребителя составляет сердцевину корпоративной культуры компании.

- Автономия и предприимчивость. ООО «Ястро» насчитывает 438 сотрудников, не имеет филиалов в других городах, производственный и административный центры находятся в одном месте. Однако в борьбе с недостатком нововведений и бюрократией, организация "делится" на более мелкие управляемые части и им предоставляется определенная степень самостоятельности для проявления творчества. Эта культурная норма поддерживается через ценность личной ответственности за результаты своей работы.

- Производительность зависит от человека. Данная ценность провозглашает человека наиболее важным активом организации. При этом эффективность организации измеряется через удовлетворенность ее членов. Вера в то, что отношение к людям с уважением ведет к успеху, лежит в основе культуры подобных организаций.

- Знай то, чем управляешь. В соответствии с этой глубоко укоренившейся культурной нормой успешных компаний считается, что они управляются не из-за закрытых дверей кабинетов руководителей, а через посещение руководителями управляемых ими объектов и через непосредственные контакты с подчиненными на местах их работы. Этот атрибут корпоративной культуры полностью соответствует ООО «Ястро».

- Не занимайся тем, чего не знаешь. Успешно действующие фирмы не признают диверсификации в сторону от основного бизнеса. Этот принцип ярко прослеживается в

видении компании. Она четко определяет границы своей деятельности и концентрирует свои усилия на конкретных рынках и определенной группе товаров.

- Простые структуры и мало управленцев. Типичным для успешно действующих компаний является наличие небольшого числа уровней управления и сравнительно небольшого штата управленческих работников, особенно в высшем эшелоне. Положение менеджера в таких компаниях определяется не количеством его подчиненных, а его влиянием на дела организации и, главное, на ее результат. О соответствии этому принципу ООО «Ястро» свидетельствует соотношение численности административного (60чел.) и производственного персонала (378).

- Одновременная гибкость и жесткость в организации. Парадокс этого атрибута корпоративной культуры успешных компаний разрешается следующим образом. Высокая организованность в них достигается за счет того, что все работники понимают и верят в ценности компании. Это их жестко связывает с компанией и интегрирует в нее. Гибкость обеспечивается посредством сведения к минимуму "руководящих" вмешательств и минимизации числа регламентирующих правил и процедур.

ООО «Ястро» является предприятием пищевого производства, результаты деятельности компании в большой мере зависят от организации и эффективности производства. Человек в ООО «Ястро» наиболее важный актив.

Удовлетворенность трудом является интегральной характеристикой, отражающей удовлетворенность различными аспектами трудовой деятельности и элементами производственной ситуации. Эффективность организации измеряется через удовлетворенность ее членов, поэтому было принято решение исследовать удовлетворенность и вовлеченность персонала ООО «Ястро». Цель исследования – комплексный анализ удовлетворенности трудом персонала, работающего в компании ООО «Ястро». В исследовании приняло участие 329 человек, что составляет 75 % от общей численности персонала. Участниками исследования стали сотрудники девяти подразделений компании.

Исследование проводилось методом анкетирования. Также проводилось ранжирование факторов удовлетворенности по степени важности для сотрудников. В основу исследования легла методика оценки удовлетворенности персонала по одиннадцатифакторной модели, разработанной сотрудниками Дирекции по управлению персоналом ООО «Ястро» (см.табл.). Для учета и обработки данных было разработано специальное программное и техническое обеспечение, что позволило зафиксировать данные не только на бумажном, но и на электронном носителе.

Наибольший уровень удовлетворенности трудом и вовлеченности наблюдается у менеджеров высшего и среднего звена, линейных менеджеров и административного персонала. Наименьшие показатели – оперативный менеджмент и рабочие. Меньше всего все категории работников удовлетворены возможностями карьерного роста, уровнем заработной платы, взаимоотношениями в коллективе и графиком работы. Общий уровень удовлетворенности трудом составил 6,27.

В результате проведенного исследования выделены ключевые проблемы: низкая вовлеченность производственного персонала в работу компании; неудовлетворенность производственного персонала своим статусом в компании; необходимость ремонта пола в цехе и расширение раздевалок; низкая удовлетворенность взаимоотношениями в коллективе и стилем работы руководителя; отсутствие возможности карьерного роста; низкая оплата труда.

Для руководителей высшего и среднего звена, а также специалистов-экспертов важными мотивирующими факторами являются содержание работы; личностный рост; уровень переменной заработной платы. Для рабочих и технического персонала важными мотивирующими факторами являются, в первую очередь, постоянная и переменная части оплаты труда; отношения в коллективе; стабильность компании.

Таблица 1

**Факторы исследования удовлетворенности трудом и вовлеченности сотрудников ООО «Ястро»**

| <i>№</i> | <i>Описание фактора</i>   |
|----------|---|
| 1        | Возможность профессионального и личного роста                       |
| 2        | Содержание самой работы   |
| 3        | Переменная и постоянная части з/п, льготы, социальная программа     |
| 4        | Моральные поощрения, занимаемая должность, ваш статус в организации |
| 5        | Личная ответственность за результаты работы, самостоятельность      |
| 6        | Работа в команде, психологический климат, ценности                  |
| 7        | Стиль управления, политика руководства                              |
| 8        | Физические условия труда, режим труда и отдыха                      |
| 9        | Стабильность и надежность рабочего места                            |
| 10       | Престижность предприятия, его известность, имидж и репутация        |
| 11       | Полное и своевременное информирование                               |

В связи с этим предлагаю для первой группы сотрудников разработать и реализовать программу личностного развития. Например, еженедельные курсы английского языка, ежеквартальные тренинги и семинары на лидерство и командообразование для руководителей. Постановка творческих и сложных задач, возможности проявления навыков и компетенций.

Для второй группы сотрудников необходимо увеличить уровень заработной платы, поскольку график и содержание работы тяжелый, сотрудники данной категории работников достойны более высокой оплаты труда. С низким уровнем доходов работники постоянно концентрируются на проблемах, возникающих по причине нехватки средств. Когда материальные потребности будут более менее удовлетворены, они будут готовы принять участие в мероприятиях по вовлечению персонала.

Однако для полной реализации потенциала и способностей сотрудников только материальной мотивации не достаточно, необходимо объединить всех сотрудников компании «Ястро» в единую большую команду, показать предназначение компании, ее ценности, личный вклад сотрудника в общее дело, его миссию в организации. Это повысит значимость и ценность каждого из сотрудников предприятия.

### **Образование как фактор достижения социального статуса**

П.С. Маслова  
ЭПБ-215-О

Научный руководитель  
А.В. Арбуз

Данная работа посвящена изучению образования, как одного из факторов, способствующих достижению социального статуса в современном обществе.

Объект исследования: образование в России и социальный статус в обществе.

Предмет исследования: взаимосвязь полученного образования и социального статуса личности.

Цель исследования: провести анализ системы образования, как одного из факторов достижения социального статуса, выявить проблемы трудоустройства и пути решения этих проблем.

Образование становится одним из решающих факторов социального расслоения, так как:

- глобализация и перенос отношений соперничества из области финансовых, промышленных и военно-технических ресурсов в область информационных технологий требует определенного уровня образования и культуры;

- в условиях трансформации российского общества образование как институт социализации может обеспечить преемственность положительного опыта и формирование новых корпоративных ценностей, необходимых для возникающих социальных слоев.

Таким образом, образование наряду с религией, семьей и законодательной системой представляет собой один из институтов, способствующих поддержанию стабильности общества.

Анализ данной темы мне бы хотелось начать с самого первого звена образования – дошкольных учреждений.

В жизнеустройстве большинства населения СССР важное место занимали дошкольные учреждения – детские сады и ясли. Исключительную роль играли эти учреждения в годы войны – на всех тыловых территориях с 1941 по 1945 гг. число мест в них заметно увеличивалось.

Начиная с 50-х годов численность детей, посещающих постоянные детсады и ясли, быстро росла во всех республиках, достигнув в 1988 г. 17,35 млн. детей, но удовлетворить всех желающих родителей до момента ликвидации СССР еще не было возможности. На данный момент ситуация с дошкольными учреждениями не сильно изменилась – официальная статистика гласит, что очередь в России в детские сады составляет около 2 млн. человек. В прошлом году в ней стояли 1,7 млн.

Таблица 1.

**Динамика развития дошкольных учреждений**

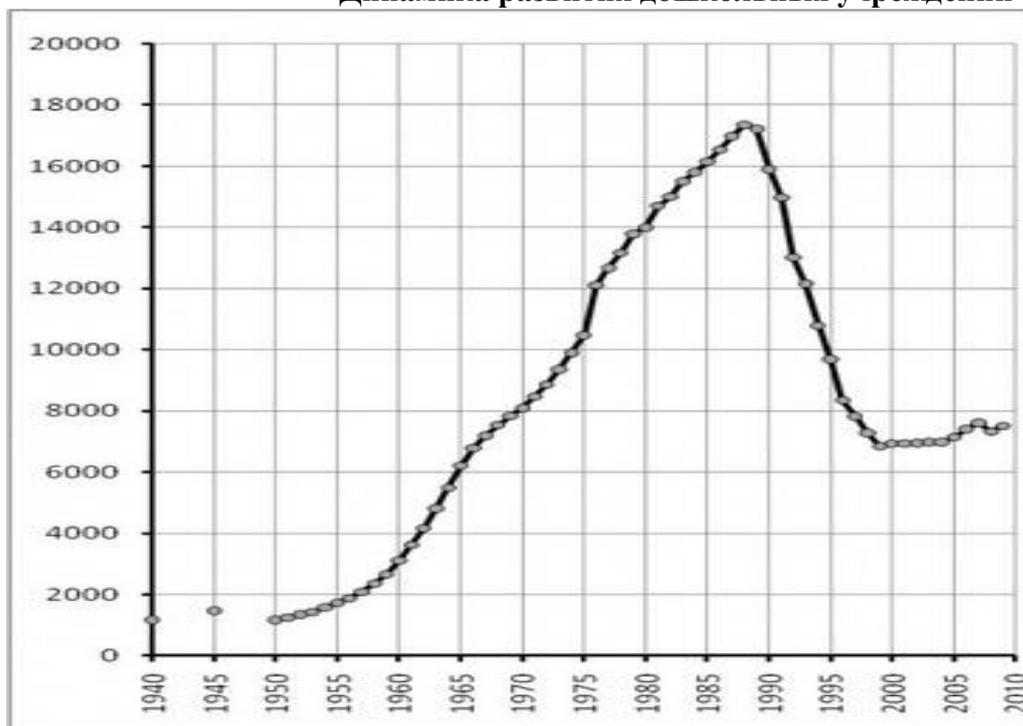


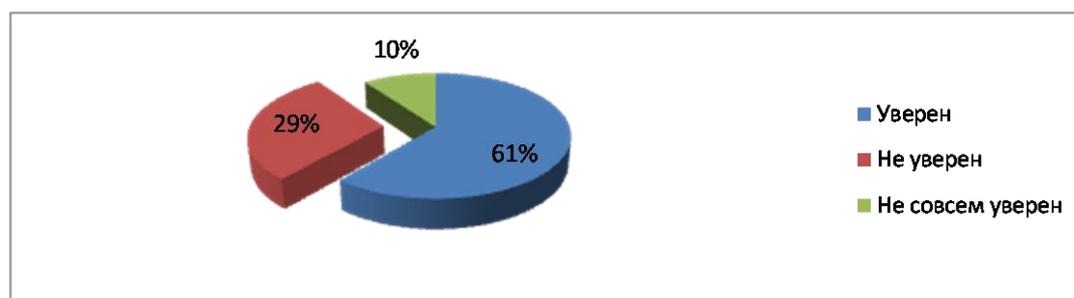
Таблица 2.

## Динамика развития образовательных учреждений в России с 1914 года

| Год       | Число ОУ | В них студентов-всего, тыс. чел. | в т.ч. обуч-ся на отд-ях - дневн. | в т.ч. обуч-ся на отд-ях - заоч. | На 10000 насел. приход. студентов |
|-----------|----------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| 1914      | 72       | 87                               | 87                                |                                  | 10                                |
| 1917      | 150      | 149                              | 149                               |                                  | 16                                |
| 1927      | 90       | 114                              | 114                               |                                  | 0                                 |
| 1940/41   | 481      | 478                              | 335                               | 128                              | 43                                |
| 1950/51   | 516      | 797                              | 503                               | 277,1                            | 77                                |
| 1960/61   | 430      | 1497                             | 699                               | 629,9                            | 124                               |
| 1970/71   | 457      | 2672                             | 1297                              | 985,4                            | 204                               |
| 1975/76   | 483      | 2857                             | 1516                              | 948,5                            | 212                               |
| 1980/81   | 494      | 3046                             | 1686                              | 959,1                            | 219                               |
| 1985/86   | 502      | 2966                             | 1569                              | 1013                             | 206                               |
| 1990/91   | 514      | 2825                             | 1648                              | 892,3                            | 190                               |
| 1991/92   | 519      | 2763                             | 1668                              | 844,9                            | 186                               |
| 1992/93   | 535      | 2638                             | 1658                              | 777,4                            | 178                               |
| 1993/94   | 626      | 2613                             | 1661                              | 769,8                            | 176                               |
| 1994/95   | 710      | 2645                             | 1668                              | 801,3                            | 179                               |
| 1995/96   | 762      | 2791                             | 1753                              | 855,8                            | 189                               |
| 1996/97   | 817      | 2965                             | 1848                              | 932,3                            | 202                               |
| 1997/98   | 880      | 3248                             | 1982                              | 1064,3                           | 222                               |
| 1998/99   | 914      | 3598                             | 2148                              | 1218,7                           | 247                               |
| 1999/2000 | 939      | 4073                             | 2353                              | 1450,6                           | 280                               |
| 2000/2001 | 965      | 4741                             | 2625                              | 1761,8                           | 327                               |
| 2001/2002 | 1008     | 5427                             | 2881                              | 2138,1                           | 376                               |
| 2002/2003 | 1039     | 5948                             | 3104                              | 2399,9                           | 414                               |
| 2003/2004 | 1046     | 6456                             | 3277                              | 2703,7                           | 451                               |
| 2004/2005 | 1071     | 6884                             | 3434                              | 2942,5                           | 481                               |

Мы видим, что за 91 год число образовательных учреждений в России увеличилось почти в 15 раз. Число обучающихся в них студентов возросло с 87 человек до 6884. И если раньше на 10 тысяч человек приходилось всего 10 студентов, то теперь их 481. В первые 13 лет динамики развитие образовательных учреждений было шатким и неустойчивым. Но с 1927 года число образовательных учреждений стабильно росло, развивались как дневные, так и заочные отделения.

Опрос показал, что в 2012 году 61% студентов 5 курса уверены в успешном трудоустройстве после окончания вуза, в 2011 году 55% опрошенных студентов выразили уверенность в успешном трудоустройстве.



**Рис. 1. Уверенность студентов в успешном трудоустройстве после окончания вуза, в процентах**

Необходимо, чтобы на рынке труда доходы людей, получивших высшее образование, были достаточно высокими. К сожалению, сегодня этого нет, и предстоит сделать многое для изменения сложившейся ситуации.

Основное влияние на профессиональную подготовку оказывает уровень образования. На данный момент уровень образования молодежи продолжает расти в связи с существенным вовлечением молодежи в профессиональное образование. Лишь объединяя усилия профилирующих кафедр вузов и работодателей, можно обеспечить различные предприятия и организации вузовскими выпускниками, которые в дальнейшем смогут стать профессионалами своего дела.

Для структуры занятости россиян характерен дисбаланс между уровнем образования работника и занимаемой им должностью. А часть работников, получивших высшее и среднее профессиональное образование, вынуждена трудиться не по специальности на менее престижной работе.

Мы рассматриваем образование, как один из социальных лифтов, который позволяет занять желаемую должность. Почему в России так нелегко достичь определённого социального статуса? Существует ряд актуальных проблем.

1. Проблема равного доступа к образованию.
2. Проблема востребованности высшего образования.
3. Проблема качества получаемого образования.
4. Проблема выбора абитуриентами невостребованных профессий.
5. Проблема перспектив трудоустройства.
6. Проблема уровня стипендии.

Как государство может решить эти проблемы?

1. Проведение государственной политики, направленной на создание новых рабочих мест.
2. Поддержка молодежного предпринимательства.
3. Достаточное финансовое обеспечение учебных заведений.
4. Необходимо усилить роль государства в формировании институциональной, образовательно-маркетинговой и информационной среды для оптимального взаимодействия системы высшего образования и рынка труда.

Следующий важный вопрос – это как студенты, как потенциальные работники, могут решить эти проблемы?

1. Начать поиск работы или подрабатывать на законных основаниях во время обучения в ВУЗе для приобретения практического опыта и финансовой обеспеченности.

2. Грамотно составить резюме, подготовиться к собеседованию, работать над собой - преодолеть психологические барьеры, лень.

3. Участвовать в различных тренингах и профориентационных мероприятиях, чтобы как можно больше узнать о рынке труда и вакансиях.

При правильной государственной политике число людей, имеющих профессию и заработную плату, соответствующую полученному образованию, увеличится в несколько раз. Так же сотрудничество ВУЗов и работодателей будет способствовать улучшению ситуации с трудоустройством в стране.

Вследствие данной работы мы узнали, что нас ждет через 3 года. Узнав проблемы, с которыми сталкиваются выпускники учебных заведений при трудоустройстве, мы постараемся следовать рекомендациям, перечисленным в работе.

### **Основные этапы становления и развития налоговой системы России**

Ю.М. Мацковская

Научный руководитель

А.С. Полякова

Н.В. Миллер

гр. ЭЭБ-205-О

Налоговая система современной России начинает свою историю в 90-х годах XX века. Тем не менее, налоги существуют со времен Древнерусского государства. Финансовая система Древнерусского государства складывается с конца IX века, когда объединяются древнерусские племена и земли.

В Древней Руси основной доход государственной казны составляла дань - натуральный или денежный побор с покорённых племён и народов. Дань взыскивалась в форме «полюдья» или «повоза».

Полюдье - сбор дани в результате ежегодного объезда князя со своей дружиной подвластных земель. Повоз - феодальная повинность, заключающаяся в обязанности крестьян по распоряжению феодала доставлять куда-либо дань. Поначалу дань собралась непосредственно князем и его дружины в виде полюдья, позже устанавливались места сбора дани – погосты.

Как прямой налог дань существовала с XI по I половину XIII века.

С XIII века дань платили русские князья, начиная с Ярослава, ханам Золотой Орды. В 1257 году были проведены первые переписи населения Муромской, Суздальской, Рязанской, Новгородской земель. Дань собиралась с каждого человека мужского пола и каждой единицы скота.

С XIII по XIV появились пошлины: торговая пошлина взималась за право организовывать торговлю, судебная взималась за преступления.

В XIV-XV с населения собиралась дань в виде натуральных сборов, которая непосредственно направлялась в казну князя.

После уничтожения монголо-татарского ига налоговая система была реформирована в полном объеме. Был введен прямой налог – подушная подать и косвенный – пошлины и акцизы.

В 1555 году, при Иване Грозном, был установлен сбор денег из чети (четвертные деньги – подать, которая собиралась с населения для того, чтобы содержать должностные лица.).

С 1556 года – упразднены кормления, основаны земские и губные учреждения.

Со второй половины XVI века налоги и сборы приобрели денежную форму. В 1655 году, в период царствования Алексея Михайловича, был создан специальный орган, который упорядочивал налоговую систему России – Счетная Палата.

В период правления Петра I, в период реформ, произошло реформирование налоговой системы – появились новые налоги (например, налог на бороды и другие).

При Екатерине реформируется управление государственными органами: вводятся ревизии, недоимки.

Была введена гильдейская подать - процентный сбор с объявленного капитала, уплачиваемый в России купечеством с 1775 г. вместо подушной подати.

При Александре I изменены гильдейский сбор, горная подать, гербовый сбор (налог, взимаемый при приобретении недвижимости и земли, а также при покупке акций, бондов и других инвестиционных инструментов), питейный сбор. Были введены новые, обязательные к уплате, платежи: попудный сбор с меди, кибиточная подать (взимается с кочевого населения степных областей и среднеазиатских владений). Усовершенствована система организации сбора налогов.

В XVIII году, в налоговой системе России, доля косвенных налогов составляла 42% всех доходов казны.

Начало XIX века – период совершенствования финансовой науки.

В 1818 году Н. И. Тургеневым издается труд «Опыт теории налогов» - основополагающее исследование государственного налогообложения. «Налог – суть средства к достижению цели, общества или государства, т.е. той цели, которую люди себе предполагают при соединении своем в общество или при составлении государства». Уничтожение налогов, считал Тургенев, равно уничтожению самого общества.

Н. Тургенев в своем труде предлагал пять правил установления и взимания налогов:

1. «Равномерное распределение налогов» - налоги должны распределяться между всеми гражданами в «одинаковой соразмерности», что «пожертвования» гражданина на пользу общую должны соответствовать его доходу.

2. «Определенность налога». Неопределенность налогов в отношении количества налога, времени платежа обрекает плательщика на зависимость от произвола сборщиков. Неопределенность налога отрицательно сказывается также на процессе обращения капитала.

3. «Собирание налогов в удобное время». Тургенев писал, что соблюдение этого правила «облегчат подать платящего»

4. «Дешевое собирание налогов» - количество «пожертвований», делаемых народом, должно равняться доходу, получаемому правительством.

5. Налог должен взиматься «с дохода и притом с чистого дохода, а не с самого капитала» - ориентирование большей части налогового бремени на чистый доход.

Спустя века, эти правила являются основополагающими в системе налогообложения и сегодня.

В XIX веке подушная подать заменена налогом с городских строений. Появились новые налоги: сбор с векселей, с аукционных продаж, с капитала для акционерных обществ и другие.

1917 год – новый этап в экономических преобразованиях России. Имеет место утверждение, что после Октябрьской революции «эпоха реформирования налогообложения закончена», но подобное утверждение не верно, потому что 30 ноября 1920 вышел проект постановления СНК о прямых налогах.

Также в 1920 издается работа В.И. Ленина «О замене продразверстки продналогом». К тому же, вышеуказанное утверждение некорректно, потому что Советская республика постоянно реформировала систему налогообложения.

Так, в 1921 году введен промысловый налог на обороты частных промышленных и торговых предприятий. Введены акцизы на алкогольные, табачные изделия, гильзы и другие товары. В 1922 введен подоходно-поимущественный налог, налог со строений и другие. В 1923 введен подоходный налог со ставкой 10% от прибыли предприятия, а потом 20% .

В 1930 опубликовано постановление СНК И ЦИК от 2 сентября «О налоговой реформе».

В 1936 году реформирована система платежей государственных предприятий и колхозно-кооперативного сектора.

Во времена Великой Отечественной войны введен военный налог, налог на холостяков для поддержки одиноких матерей. Реформа налоговой системы под руководством Косыгина не отменила налоги.

Налоговая система Российской Федерации как самостоятельного государства берет свое начало в 1991 году. Произведена масштабная налоговая реформа. Приняты Законы «Об основах налоговой системы в РФ», «О налоге на НДС», «О налоге на прибыль» - основа налоговой системы России.

1992 год – создание Главного управления налоговых расследований при Госналогслужбе РСФСР, в последующем преобразованное в Федеральную службу налоговой полиции России.

1998 год – принята первая часть Налогового Кодекса РФ. 2000 – главы второй части НК.

Март 2004 г. – ликвидировано Министерство РФ по налогам и сборам. Функции по общей выработке стратегии развития государственной политике переданы Министерству финансов РФ. Функции по надзору, контролю в сфере налогообложения переданы вновь созданной Федеральной налоговой службе.

В наши дни современная налоговая система находится в постоянном совершенствовании, по причине того, что существует немало пробелов в налоговом законодательстве. Именно эти пробелы позволяют гражданам уходить от уплаты налогов, уводить свою прибыль в оффшоры и пр.

Одна из самых больших проблем в налоговом законодательстве – это то, что налоговая система не позволяет малому предпринимательству развиваться стабильно.

### **Сбалансированная система показателей, как современный инструмент управления эффективностью стимулирующих программ**

Н.В. Мирошкина  
гр. ЭЭМ-101-О-13

Научный руководитель  
Л.А. Родина

Сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard, далее — ССП) сочетает в себе все необходимые критерии, является инструментом стратегического и оперативного менеджмента, который позволяет связать стратегические цели компании с бизнес-процессами и повседневными действиями сотрудников на каждом уровне управления, а также осуществлять контроль за реализацией стратегии.

Сбалансированная система показателей (ССП) появилась в конце 1980-х — начале 1990-х гг., её авторы - профессора Роберт Каплан и Дейвид Нортон, предложили её как инструмент для управления динамично развивающимися компаниями. Данная система имеет так же положительный опыт внедрения на предприятиях России. Систему признали уникальной благодаря тому, что она способна интегрировать финансовые и нефинансовые показатели эффективности хозяйственной деятельности, представляет расширенную

концепцию стратегического управления организацией. Количественные критерии в системе сбалансированных показателей дают возможность не только измерить индивидуальную, групповую и общую работу в компании, но и соразмерно установить вознаграждение через ключевые показатели эффективности. Они же, в свою очередь, должны играть роль стимулов, мотивирующих работника четко поставленными задачами, определенностью конечного результата, объективными критериями оценки, соразмерными затратам на вознаграждение. Общая идея заключается в том, что сумма вознаграждения напрямую зависит от индивидуального вклада работника в достижение общих целей организации.

ССП оценивает работу компании на основе четырех сбалансированных параметров: финансы, взаимоотношения с клиентами, внутренние бизнес-процессы, а также инфраструктурные показатели, которые в себя включают обучение и повышение квалификации персонала, информационные системы и регламенты.

При составлении ССП следует помнить о требованиях к показателям, они должны быть:

1. Объективными: под этим подразумевают показатели, которые не зависят от конкретных людей. Данные, содержание которых не зависит, не связано с мнением, утверждением отдельных лиц, а носит общепризнанный характер.

2. Исчисляемыми.

3. Аддитивными: свойство величин по отношению к сложению, состоящее в том, что значение величины, соответствующее целому объекту, равно сумме значений величин, соответствующих его частям, в некотором классе возможных разбиений объекта на части.

4. Стоимость учета.

5. Связаны с характером состояния объекта.

При построении ССП следует избегать ошибок двух видов:

1. Статистическая ошибка: либо применяется не тот показатель, для измерения какой – то характеристики, либо тот показатель, который мы выбрали, соответствует той характеристике, но не правильно измеряется.

2. Динамическая ошибка: период измерения превышает период развития тенденции развития негативной от ее зарождения до того момента, когда наступает предельный момент. Это ошибка связана с превышением периода проведения измерения показателя над периодом ухудшения характеристик объекта, начало зарождения негативной тенденции до предельного состояния объекта.

Тем самым система сбалансированных показателей дает возможность не только измерять затраты на вознаграждение, но и управлять ими, избегая таких проблем, как завышенные или заниженные оплаты относительно рынка труда, превышение роста

компенсационных расходов по сравнению с прибылью, негативные настроения среди работников о справедливости вознаграждения.

На сегодняшний день сбалансированная система показателей (ССП) не является единственным и уникальным инструментом управления эффективностью деятельности компании. Задолго до разработки Р.Капланом и Д.Нортоном сбалансированной системы показателей существовали и другие управленческие концепции, которые по своей сути схожи со СПП. Например, разработанная в 1932 году французским учёным Ж.Л. Мало *tableau de bord*, система селективных показателей Юргена Вебера, концепция управления по целям *Management by Objectives (MBO)* Питера Друкера предложенная в 1954 году, универсальная система показателей деятельности Рамперсада Хьюберта, а также система управления на основе показателя EVA, автором которой является Стюарт Штерн и ряд других концепций. Следует также отметить, что с развитием современного стратегического управления каждая из вышеперечисленных концепций дорабатывались и совершенствовались другими учёными и специалистами.

Разработанная в 1932 году французским учёным Ж.Л. Мало *tableau de bord* рассматривалась как инструмент управления, в первую очередь, для потребностей высшего управленческого звена. Данная концепция была достаточно популярна во Франции, но в начале 1990-х годов критика Ж. Лаверти и Р. Демистри, потребовала пересмотра данной системы. Критика заключалась в том, что показатели качества работы компании должны, по их мнению, гарантировать последовательность действий и их соответствие стратегическим целям. При достаточно подробной сравнительной характеристике СПП и *tableau de bord*, можно найти много общего между рассматриваемыми концепциями, чему мы в силу ограниченного объёма статьи не будем уделять внимания. Отличие же между ними состоит в отсутствии чёткой структуры у *tableau de bord* и её наличие у СПП. По сути, показатели *tableau de bord* отражали два из четырёх аспекта деятельности: финансовый аспект и внутренние бизнес процессы. Получается, что в *tableau de bord* не уделяется внимание внешним факторам, влияющим на деятельность предприятия.

В 1954 году Питер Друкер предложил концепцию управления по целям *Management by Objectives (MBO)*. Её сущность заключается в том, что менеджмент компании представляет собой целостную систему управления, ориентируемую на достижение всей совокупности целей и задач, стоящих перед компанией. Цели и задачи менеджмента не только доводятся, но и согласуются с менеджерами всех уровней, которые направляют свои усилия, ресурсы и энергию на их достижение.

Процесс управления по целям включает четыре основных этапа:

1. Определение круга полномочий и обязанностей руководителей всех уровней.

2. Разработка и согласование целей и задач управления в рамках установленных обязанностей.

3. Составление реальных планов достижения поставленных целей.

4. Контроль, измерение и оценка работы и полученных каждым руководителем показателей и по каналам обратной связи корректировка целей.

Сбалансированная система показателей включает в себя некоторые из вышеперечисленных этапов, но управление по целям включает в себя разработку целей, только для руководителей структурных подразделений, в то время как ССП учитывает цели для каждого работника предприятия. Таким образом, можно сделать вывод, что система управления по целям является лишь основой для разработки ССП.

Стоит отметить еще одну концепцию – систему ключевых показателей эффективности (КПЭ). Если точнее, то в перев. с англ. Key Performance Indicators, KPI будет «ключевой показатель результата деятельности», так как результат деятельности содержит в себе и степень достижения, и затраты на получение результата, которая представляет собой систему финансовых и нефинансовых показателей, влияющих на количественное или качественное изменение результатов по отношению к стратегической цели. Разработка КПЭ включает в себя следующие этапы: формирование стратегии; определение важнейших факторов успеха; определение ключевых показателей эффективности.

Структура системы КПЭ зависит от индустриальной специфики предприятия и от задач структурного подразделения. ССП включает в себя КПЭ. Следовательно, КПЭ являются лишь отдельной частью ССП.

Естественно, что наука не стоит на месте и как и любая другая концепция, ССП имеет своё развитие. Так на основе ССП Рамперсад К. Хьюберт разработал универсальную систему показателей (TPS), которую он определяет как систематический процесс непрерывного, последовательного и регулярного совершенствования, развития и обучения, который направлен на устойчивый рост результатов деятельности сотрудников и организации. Совершенствование, развитие и обучение — три базовые составляющие данной целостной теории менеджмента. Они тесно связаны друг с другом, между ними должен поддерживаться баланс.

Система TPS состоит из следующих пяти элементов:

1. Личная система сбалансированных показателей (PBSC).
2. Организационная система сбалансированных показателей (OBSC).
3. Всеобщий менеджмент на основе качества (Total Quality Management, TQM).
4. Управление результативностью (Performance Management) и управление компетенциями (Competence Management).

## 5. Цикл обучения Колба (Kolb's Learning Cycle).

Тем самым мы видим, что концепция ССП используется в TPS лишь, как один из пяти элементов. По мнению автора концепции TPS в других подобных управленческих системах недостаточно уделяется внимание важному исходному этапу формулирования целей личности и соотнесения их с индивидуальным поведением и с принятыми целями организации, жизненно необходимому для достижения устойчивого организационного и стратегического развития. Цель этого подхода, по словам Рамперсада К. Хьюберта, состоит в достижении максимального уровня ответственности и преданности сотрудников, а также в поощрении индивидуального обучения, группового обучения и развития творческих способностей (саморазвитие). Это означает, что если личные цели сотрудника учитываются и принимаются во внимание, то он или она будет работать и мыслить в соответствии с принятыми общими целями организации. Этот подход также способствует формированию творческого мышления, мотивации, получению удовольствия от работы и увлеченности работой, возрастанию ответственности.

Хотя данная концепция, несомненно, заслуживает особого внимания, мы считаем, что в настоящий момент не все российские предприятия ещё готовы к её использованию. Российские управленцы совсем недавно осознали необходимость применения стратегического подхода к управлению, но ещё далеко не все его применяют. Поэтому данная концепция может лишь служить началом дальнейших исследований.

В литературе можно увидеть достаточно большое количество публикаций, где сравнивают ССП и систему управления на основе EVA, автором которой является Стюарт Штерн. Но эта система финансового управления, целью которой является направление деятельности организации на прибавление стоимости компании. И хотя стратегической целью развития организации может быть увеличение стоимости компании, но это отнюдь не обязательно.

Автор статьи «BSC и EVA – конкуренты или союзники?» Леднёв Е.Е. выделяет ряд недостатков система управления на основе показателя EVA:

1. Жёсткая связь вознаграждения и показателя EVA может привести к принятию решений, направленных на краткосрочные выгоды от снижения расходов и использования активов, у которых закончился срок амортизации.
2. Система показателей состоит только из финансовых показателей, что ведёт к недооценке таких факторов долгосрочного успеха, как знания персонала, информационные технологии, корпоративная культура.
3. Более ориентирована на краткосрочную перспективу, чем на долгосрочную.

Таким образом, вышеназванные концепции могут быть использованы как вместе так и отдельно.

Наиболее оптимальным инструментом эффективности управления на данный момент времени является модель ССП, которая представлена цепью блоков факторов: «инновации – внутренние процессы – удовлетворенность клиента – финансы». Все показатели в блоках являются взаимосвязанными. Таким образом, возникает предпосылка для стратегического планирования и планфактного контроля на основе построенной системы сбалансированных показателей. Здесь же стоит отметить, что в ССП могут входить как традиционные количественные, так и качественные факторы.

### Проблемы проведения факторинговых операций коммерческими банками и пути их решения

А.А. Мошкина  
гр.ЭФС-905-О

Научный руководитель  
Р.Т. Балакина

Слово «факторинг» происходит от английского *factor* – посредник. Начало операциям факторинга положил созданный в Англии еще в 17 веке Дом факторов (House of Factors). Сегодня факторинг представляет собой финансирование под уступку денежного требования, при котором банк или специализированная компания приобретает денежные требования на должника и сама взыскивает долг в пользу кредитора (продавца) за определенное вознаграждение.

В факторинговых операциях банка фигурирует три стороны, порядок взаимодействия которых отражено на рисунке 1.



Рис. 1. Порядок взаимодействия участников факторинговой сделки

Банки при осуществлении факторинговых операций сталкиваются с рядом проблем.

Российское законодательство неадаптировано под требования факторинга. Отсутствует унифицированное понятие факторинга, банк совершает операции, опираясь на главу 43 ГК РФ. Кроме того законодатели не определились с тем, чем является факторинг.

Если это банковская деятельность, то она не должна облагаться НДС, как и другие банковские операции. Решением данной проблемы является лоббирование интересов в Законодательные органы власти путем объединения банков и факторинговых компаний. Примером служит создание саморегулируемой организации Ассоциации факторинговых компаний.

Проблемой является неразвитая система риск-менеджмента. Риск-менеджмент (система управления рисками) – процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь, вызванных его реализацией. Система управления рисками представляет собой систему управления, посредством которой банк может контролировать риски на всех уровнях. Специальные компании-разработчики предлагают программные продукты, предоставляющие возможность количественной и качественной оценки разных видов рисков. Внедрение такой специальной программы в подразделения банка поспособствует совершенствованию системы риск-менеджмента при предоставлении факторинговых услуг.

Также банки сталкиваются с общей проблемой рынка – непрозрачность платежей российских компаний. Безусловно, банк не может повлиять на принципы ведения бухгалтерии клиента, но он может фильтровать клиентов, не допуская заключения договоров факторинга с компаниями, которые имеют сомнительную бухгалтерскую отчетность.

Сотрудничая с дебиторами, банк может столкнуться с проблемой отсутствия доступа к бухгалтерским документам дебитора. Особенно эта проблема относится к безрегрессному факторингу, когда банку необходим доступ к документам дебитора в момент заключения договора на факторинговое обслуживание в целях минимизации риска неплатежа.

Факторинг пользуется недоверием клиентов. Это связано с тем, что предприятия не осведомлены о возможностях и преимуществах факторинга, а зачастую и вовсе не понимают сути факторинговой сделки. Для решения данной проблемы банкам необходимо проводить различные презентации продукта потенциальным клиентам.

Существует на данный момент и ограничения на применение факторинга в отдельных отраслях. Так, например, в Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» были внесены изменения о запрете заключения договоров купли-продажи с условием исполнения обязательств по сделке в пользу третьего лица, договоров мены, договоров об уступке требования и о переводе долга, если указанные сделки совершаются в отношении этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции – в результате

заключенные в таких случаях договоры считаются ничтожными. По экспертным оценкам данное изменение фактически запрещает использовать в отрасли, помимо прочего, и факторинг. Ассоциацией факторинговых компаний было направлено Государственной Думе предложение о внесении изменений в данную статью. Однако на сегодня этот вопрос остается открытым.

Существуют проблемы, который банк способен решить на внутреннем уровне, например, проблема риск-менеджмента, недоверия клиентов. Но все же главной проблемой являются пробелы в законодательстве в области факторинга, решение которой может быть достигнуто путем объединения факторов и отправки предложений в законодательные органы власти.

### **Гендерное неравенство и гендерные роли в современном мире**

Ю. О. Мухина

гр. ЭПБ-214

Научный руководитель

Арбуз А. В.

Гендер — специфический набор культурных характеристик, которые определяют социальное поведение женщин и мужчин, их взаимоотношения между собой. Гендерное неравенство – это различия в правах и возможностях между мужчинами и женщинами, обусловленные выполняемыми ими социальными ролями, психофизиологическими отличиями. выделяют такие аспекты гендерного неравенства как: биологический пол, учет первичных и вторичных признаков, типичных для мужчин и для женщин; гендерная самоидентификация, т.е. осознание человеком своей половой идентичности. объектом социальной дискриминации являются женщины. а субъектами социальной дискриминации женщин являются мужчины, общество, государство. также надо отметить, что в связи с этим существует такое понятие, как гендерная роль.<sup>25</sup> Гендерная роль – это дифференциация деятельности, статусов, прав и обязанностей индивидов в зависимости от их половой принадлежности; и из этого вытекают гендерные стереотипы. Гендерные стереотипы – стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера.<sup>26</sup> Это явление имеет отражение во всех сферах социальной жизни - от взаимоотношений между супругами до масштабного проявления гендерного неравенства в СМИ. Гендерное неравенство в семье. Эти стереотипы поддерживаются гендерной сегрегацией труда, при которой мужчины работают в более оплачиваемых и престижных отраслях экономики, нежели женщины. Исследования в очередной раз подтвердили гендерное неравенство в семье.

---

<sup>25</sup> Мезенцева Е. Гендерная экономика: теоретические подходы. Курс лекций.

<sup>26</sup> Клецина И. С. Психология гендерных отношений: Теория и практика. 2004

Таблица 1

| Вид работы                     | Мужчина | Женщина |
|--------------------------------|---------|---------|
| Приготовление пищи             | 36,1    | 90,3    |
| Уборка жилья                   | 37,9    | 87,8    |
| Глажение                       | 14,0    | 83,2    |
| Стирка                         | 12,7    | 83,6    |
| Вынос мусора                   | 82,2    | 30,1    |
| Мытье посуды                   | 44,0    | 81,9    |
| Ремонт жилья                   | 82,0    | 13,5    |
| Покупка продуктов              | 68,2    | 72,4    |
| Уход за детьми                 | 19,6    | 50,9    |
| Уход за животными              | 21,6    | 37,3    |
| Работа на приусадебном участке | 40,2    | 22,5    |

взаимосвязь чаще всего выполняемых респондентами видов домашней работы с полом (% от числа женщин и мужчин, отвечавшие на вопросы)

Таблица 2

| статус занятости                 | Оплачиваемая работа |         | Домашний труд |         | Совокупная трудовая нагрузка |         |
|----------------------------------|---------------------|---------|---------------|---------|------------------------------|---------|
|                                  | мужчины             | женщины | мужчины       | женщины | мужчины                      | женщины |
| Предприниматели                  | 55                  | 48      | 10            | 17,5    | 65                           | 65,5    |
| Руководители                     | 45                  | 42,5    | 10            | 14      | 55                           | 56,5    |
| Прочие категории работающих      | 40                  | 40      | 10            | 20      | 50                           | 60      |
| Безработные                      | 0                   | 0       | 14            | 32,5    | 12                           | 32,5    |
| Находящиеся в декретных отпусках | -                   | 0       | -             | 49      | -                            | 49      |
| домохозяйки                      | -                   | 0       | -             | 40      | -                            | 40      |

Гендерное неравенство в экономической сфере. можно пронаблюдать, как проявляется гендерное неравенство в различных профессиях. например, руководящие должности занимают мужчины, а женщины в большинстве задействованы в менее престижных

профессиях, и не занимают главенствующие должности в экономике (бухгалтер, экономист и т.д).

Таблица 3

| женщины | Профессия             | Мужчина |
|---------|-----------------------|---------|
| 60      | Экономист             | 40      |
| 38,46   | Юрист                 | 61,54   |
| 10,71   | Инженер               | 89,29   |
| 6,67    | Генеральный директор  | 93,33   |
| 33,33   | Финансовый директор   | 66,67   |
| 83,96   | Менеджер по персоналу | 16,04   |
| 28,57   | Менеджер по продажам  | 71,43   |

Гендерная политика в России. Здесь она существенно отстает от других развитых странах, таких как Франция, США и т.д. в 2006 году была образована Межведомственная комиссия по вопросам обеспечения равенства мужчин и женщин в РФ. в 2007 году Комиссия была расформирована. на сегодняшний день существует Комитет Государственной Думы РФ и Отдел социальной политики.

В качестве мер по преодолению гендерного неравенства на рынке труда, могут быть предложены такие мероприятия, как: государственное стимулирование работодателей к оказанию услуг поддержки женщин, путем развития социальной инфраструктуры компании (строительство ясель, детских садов) с целью помощи в семейных обязанностях; повышение спроса на женскую рабочую силу путем предоставления занятости в государственном секторе экономики; поддержка программ малого бизнеса; повышение возможностей женской занятости путем информирования женщин о существующих вакансиях, условиях работы и оплате труда.

Таким образом, изучение гендерного неравенства в России имеет довольно молодым направлением в социологии и психологии, хотя и в рамках социологии семьи частично этот вопрос был затронут и ранее.

### **Совершенствование технологии подбора на предприятии**

К.Ю. Мухорина

Научный руководитель

Гр. ЭПС-915-О

Т.Д. Синявец

Подбор персонала –это комплекс непрерывных, последовательных мероприятий, направленных на своевременное удовлетворение количественных и качественных, текущих

и перспективных потребностей организации в персонале<sup>27</sup>. Подбор грамотных и квалифицированных работников является необходимым условием для нормального функционирования фирмы, поэтому создание эффективной технологии подбора персонала - залог долговременного процветания организации. Объект исследования – процесс подбора персонала. Предмет исследования – технология подбора менеджеров по оптовым продажам в компании ТД «Канцелярские товары». Цель подбора в фирме ТД «Канцелярские товары» заключается в своевременной комплектации компании эффективно работающим персоналом в нужном количестве для достижения стратегических и тактических целей предприятия. Основная гипотеза о том, что сложившаяся технология подбора менеджеров по оптовым продажам не учитывает особенностей труда в отделе и половозрастные характеристики работников, что ведет к низкой результативности работы. В ходе исследования данная гипотеза подтвердилась. В качестве рекомендаций для совершенствования технологии подбора менеджеров по оптовым продажам были выдвинуты следующие предложения: 1. Устранить недостатки, связанные с кадровым планированием менеджеров по оптовым продажам. 2. Разработать модель ключевых компетенций менеджера по оптовым продажам. 3. Каждую компетенцию проверять с помощью двух методов оценки. 4. Включить на этапе отбора такие методы как деловые игры, решение кейсов тестирование. 5. Особенно тщательно исследовать мотивацию кандидатов на этапе отбора. 6. Разработать положение о подборе персонала. Таким образом, подбор персонала является функцией управления персоналом, от качественного выполнения которой зависит эффективная деятельность предприятия. Опыт управления, накопленный человечеством, показывает, что нет плохих работников, а есть люди не на своем рабочем месте.

### **Формирование конкурентоспособности предпринимательских структур**

И.А. Набатникова

ЭЭМ-202-О-01

Научный руководитель

А.Е. Миллер

Одной из важнейших задач экономики России является перевод предпринимательских структур на условия устойчивого развития и укрепления рыночных позиций. Главное условие закрепления на отечественном и вхождения в мировой рынки для российских предпринимательских структур заключается в формировании их конкурентоспособности. Со вступлением России в ВТО конкурентоспособность по сути своей является не только оптимизирующим фактором в ценообразовании, бизнес-планировании, экономическом

---

<sup>27</sup> Миллер М. Э. К вопросу о сущности понятия "подбор персонала" // Экономика. Рынок труда. Человек: Тезисы межрегиональной научно-практической конференции. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2000-с.293

росте предприятий, но и условием стимулирования предпринимательской деятельности и социально-экономического развития всей страны.

Оценка финансовых результатов, ликвидности и высокого уровня использования имеющегося организационного, производственно-технологического, финансово-экономического потенциала предприятия необходима для проведения анализа деятельности предприятия по повышению его конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности предприятия непосредственно связана с анализом его хозяйственной деятельности. Определение показателей конкурентоспособности предприятия служит исходным моментом для организации всей производственно-хозяйственной деятельности.

При проведении оценки конкурентоспособности предприятия необходимо решить задачи:

- определить состояние конкурентоспособности на момент оценки;
- выявить тенденции и закономерности в повышении конкурентоспособности предприятия за анализируемый период;
- определить «слабые места», негативно влияющие на конкурентоспособность предприятия;
- выявить резервы, которые возможно использовать для повышения конкурентоспособности предприятия.

Под конкурентоспособностью понимается текущее положение предприятия на рынке (в первую очередь, занимаемая доля рынка) и тенденции ее изменения.

Для того чтобы предприятие занимало лидирующее положение на рынке, необходимо сформировать и реализовать механизм управления его конкурентоспособностью. Для этого используют сравнительный анализ, что позволяет выделять две основные задачи:

- 1) оценка деятельности и сравнение показателей с показателями других предприятий;
- 2) изучение и применение лучшего опыта других для предприятия.

Сравнительный анализ конкурентоспособности предприятий отрасли или региона производится, как правило, в следующих случаях:

1. При осуществлении программ государственной или международной организации, занимающейся проектом финансирования отрасли или региона (например, проекты ЕБРР или Всемирного банка). В этом случае цель сравнительного анализа — выявить предприятия отрасли и/или региона, максимально эффективные с точки зрения отдачи на вложенные средства (льготные кредиты, субвенции и пр.).
2. При анализе конкурентного положения предприятия.

3. При проведении предприятием специального маркетингового исследования рынка для улучшения собственной сбытовой политики.

Проводятся два варианта алгоритма анализа, основанных на разных типах информационного обеспечения:

1) параметрический анализ:

В том случае, когда исследование проводится в контексте комплексной бизнес-диагностики для выяснения положения предприятия на рынке и выработки его эффективной конкурентной стратегии, целесообразно проводить сравнительный анализ эффективности и финансового состояния на параметрической основе, то есть путем сопоставления предприятия и конкурентов по определенным параметрам хозяйственной деятельности.

Существует следующая последовательность проведения параметрического анализа конкурентного положения предприятия:

1. Выявление основных конкурентов предприятия.
2. Выявление основных сегментов рынка, на которых происходит конкуренция.
3. Определение характера конкуренции на данном сегменте рынка (ценовая, конкуренция качества, конкуренция в сфере каналов сбыта и пр.).
4. Определение общих тенденций конкурентного положения предприятия на этих сегментах рынка (динамика доли в рыночном объеме продаж).
5. Проведение параметрического анализа предприятия и конкурентов:
  - уровня цен;
  - обеспеченности материально-техническими ресурсами;
  - обеспеченности кадрами;
  - ценовой политики;
  - политики в области снабжения сырьем и материалами;
  - политики в области сбыта (продажи в кредит, предоставление сопутствующих услуг, развитие сбытовой сети, рекламные кампании и пр.);
  - административных ограничений;
  - прочее.

На основе проведенного анализа руководство предприятия может сделать определенные выводы о факторах, лежащих в основе тенденций рыночной доли предприятия, и внести соответствующие коррективы в управленческую политику.

2) рейтинговая оценка:

Рейтинговая оценка используется при целевом сравнении ряда предприятий отрасли и/или региона (например, с целью ранжирования с точки зрения их кредитоспособности,

прогнозной эффективности «вливания» средств инвестора, прогнозной котировки акций на фондовом рынке и пр.).

При составлении рейтинга предприятий используется также идеология параметрического анализа, однако нормативные выводы делаются уже на базе количественного сравнения, то есть на основе выбранных показателей (коэффициентов), «взвешенных» по их относительной важности, рассчитывается совокупная балльная оценка предприятий, являющаяся базой для определения итогового места предприятия в рейтинге.

Составление рейтинга осуществляется в следующей последовательности.

1. Определение критериев отбора показателей для рейтинговой оценки

Двумя основными условиями отбора показателей рейтинговой оценки являются:

1) Теоретическое - они должны отражать существенные аспекты хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия.

2) Практическое - их можно рассчитать на основе реально имеющейся информации о хозяйственной деятельности предприятия.

С теоретической точки зрения показатели можно разделить на объективные и субъективные.

Объективными являются показатели, характеризующие эффективность деятельности и финансовую стабильность предприятия (например, коэффициент текущей ликвидности или рентабельность продукции). Субъективные показатели не характеризуют эффективность деятельности предприятия, однако они могут влиять на эффективность работы с клиентом по внедрению системы финансового управления. К таким показателям относятся, например, объем продаж, совокупные активы или число занятых, характеризующих, как правило, размер предприятия и уровень деловой активности. В силу экономии на масштабах производства (*economies of scale*), как правило, система финансового управления на больших предприятиях более эффективна, нежели на малых. Другим примером является доля частного капитала в уставном капитале предприятия, так как существует предпосылка, что частные предприятия менее «зарегулированы» со стороны государства и, тем самым, более восприимчивы к внедрению системы финансового управления.

Другим существенным фактором при составлении рейтинговой оценки является учет динамики отдельных показателей. Понятно, что перспективы финансового состояния двух предприятий с одинаковым уровнем ликвидности могут быть весьма различными, если для одного из них этот уровень - результат положительной динамики, а для другого - отрицательной. Поэтому фактор тренда отдельных показателей эффективности деятельности и финансовой стабильности должен учитываться в итоговой балльной оценке предприятия через поправочный коэффициент.

## 2) Применение индексов цен-дефляторов.

Даже в нынешних условиях замедлившегося роста цен целесообразно использовать индексы цен-дефляторов при анализе абсолютных величин, что определяет корректность выводов по динамике абсолютных показателей. Источником информации расчета дефляторов служат данные Госкомстата. Полученная информация сводится в учетно-аналитические таблицы.

В условиях рыночной экономики предпринимательские структуры большое внимание уделяют разработке стратегий производства и сбыта для получения и максимизации прибыли или повышения стоимости фирмы. Формирование и достижение стратегических целей должно осуществляться таким образом, чтобы были учтены и с максимальной отдачей использованы все имеющиеся ресурсы.

Практика последних лет показывает, что Россия потеряла значительную долю рынков сбыта в связи с низкой конкурентоспособностью отечественных технологий. Продукция российских предприятий-производителей конкурирует с продукцией зарубежных компаний, как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Поэтому обязательным условием формирования конкурентоспособности отечественных предпринимательских структур и экономики страны в целом является повышение технического и технологического уровней производства.

### **Состояние и проблемы национальной платежной системы России**

В.К. Никифорова  
гр. ЭЭБ-107-о

Научный руководитель,  
Р.Т. Балакина

Национальная платежная система играет основную роль в экономике страны, обеспечивая перевод денежных средств и реализацию денежно-кредитной политики. Правовые и организационные основы национальной платежной системы России, определяет Федеральный закон «О национальной платежной системе».

В настоящее время платежная система России включает несколько параллельно функционирующих платежных систем, основными из которых являются:

- ✓ Платежная система Банка России;
- ✓ Частные платежные системы;
- ✓ Платежные системы банковских организаций с государственным участием;
- ✓ Платежные системы таких государственных учреждений, как Федеральное казначейство, Почта России.

На 30 апреля 2013 года в реестр операторов платежных систем включено 25 организаций (из них 16 кредитных организаций и 9 – не являющихся кредитными).

Уведомления о начале деятельности по переводу электронных денежных средств прислали 43 кредитных организации.

Доминирующую роль в платежной системе России занимает платежная система Банка России – это ключевой механизм, через который реализуется денежно-кредитная и бюджетная политика России, это системно значимая платежная система России.

В платежной системе Банка России функционируют системы расчетов, различающиеся по территориальному охвату и объему проводимых платежей, правилам и регламенту функционирования, составу участников и расчетным документам, скорости проведения платежей и используемой технологии.

Через платежную систему Банка России осуществляются значительные по количеству и преобладающие по объему доли платежей, проводимых через национальную платежную систему России. Объем платежей, проведенных через платежную систему Банка России, в 2012 году составил 18,5% к ВВП. Платежи, проводимые через платежную систему Банка России, как по количеству, так и по объему на 99,9% осуществляются с использованием электронных технологий, внедренных во всех территориальных учреждениях Банка России.

Среди показателей, характеризующих состояние национальной платежной системы, значимым является институциональная обеспеченность населения платежными услугами. Несмотря на сокращение количества кредитных организаций с 1136 на 1 января 2008 года до 956 на 1 января 2013 года, общее количество учреждений банковской системы (с учетом обособленных и внутренних удаленных подразделений банков) по сравнению с январем 2008 года увеличилось почти на 15 %. При этом увеличилось и количество учреждений банков в расчете на 1 млн. жителей, т.е. растет и институциональная обеспеченность населения платежными услугами.

Количество счетов, открытых учреждениями банковской системы в январе 2012 на 12 % больше чем в 2011. Также наблюдается рост количества счетов, открытых учреждениями банковской системы в расчете на 1 жителя.

В условиях активного внедрения в деятельность российских банков современных информационных и коммуникационных технологий развитие рынка платежных услуг характеризуется повышением клиентского спроса на услуги по дистанционному управлению счетами.

В структуре счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях юридическим лицам в последние годы большую долю занимают счета открытые через сеть интернет по сравнению с долей счетов открытых через систему «Банк-клиент».

В структуре счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях физическим лицам в последние годы преобладает доля счетов с использованием банковских карт, но также расширяется доля счетов с использованием мобильных телефонов и через сеть интернет.

В структуре платежей юридических лиц - некредитных организаций преобладает поступление расчетных документов электронным способом (более 80%), при этом через систему «Банк-клиент» почти 23 %, через сеть интернет более 57 % платежей. Противоположная ситуация в структуре платежей физических лиц, здесь преобладает по объему поступление расчетных документов на бумажном носителе.

Значительны темпы роста количества эмитированных банковских карт, при этом расчетные карты занимают наибольшую долю (74%).

В 2012 году физическими лицами с использованием банковских карт совершено операций в объеме почти 21,5 трлн. руб., из них 83 % - по получению наличных денег, и только 17% - по оплате товаров и услуг.

В этом же году юридическими лицами с использованием банковских карт совершено операций в объеме 600,8 млрд. руб., из них по получению наличных денег 64 %, по оплате товаров и услуг 36 %. Видно, что в структуре операций с использованием банковских карт, как физическими лицами, так и юридическими лицами преобладают операции по получению наличных денег.

Среди устройств, расположенных на территории России и предназначенных для осуществления операций с использованием и без использования платежных карт наибольшую долю занимают электронные терминалы 75%, банкоматы и платёжные терминалы 21 %, импринтеры 4 %. За период 2012г. и начало 2013г. наблюдается значительное увеличение количества электронных терминалов с использованием платежных карт.

Не смотря на значительные качественные и количественные улучшения в платежной системе России, существуют и проблемы.

Одной из проблем национальной платежной системы является несовершенство правовой основы НПС, а также методологической и нормативной базы надзора и наблюдения в НПС.

Наблюдается тенденция перемещения рисков безопасности и компьютерной преступности в платежные системы. Проблема безопасности использования электронных средств платежа, высокие риски нарушения защиты информации при осуществлении переводов денежных средств. В июле-ноябре 2012 года фиксировался рост числа выявленных инцидентов.

Также НПС, обеспечивая для финансовых институтов возможность переводов денежных средств, становится потенциальным каналом, через который финансовые риски могут распространяться не только от одной финансовой организации к другим, но и от одного рынка финансовых активов на другие.

При всей многочисленности розничных платежных систем, функционирующих на территории России, национальный рынок безналичных розничных платежных услуг и сфера применения электронных средств платежа относительно слабо развиты.

Значимой проблемой является и низкая финансовая грамотность населения в части пользования платежными услугами.

Негативно влияет на развитие платежной системы отсталость России в плане внедрения инновационных платежных технологий, в том числе предполагающих применение бесконтактных платежных карт, мобильных устройств, а также технологических и иных решений, расширяющих географию оказания платежных услуг и снижающих их стоимость для населения и хозяйствующих субъектов.

Таким образом, национальная платежная система – сложный механизм, обеспечивающий сопровождение практически всех происходящих в ней экономических процессов. Сейчас платежная система России находится в процессе развития и модернизации в соответствии с принятой Центральным Банком Стратегией развития национальной платежной системы.

### **Ключевые компетенции как фактор влияния на инвестиционную привлекательность региона-квазикорпорации**

Ж.Ж. Омаров

гр. ЭММ-202-О-01

Научный руководитель

А.М. Попович

В последнее время в отечественных, и особенно иностранных исследованиях, и публикациях по стратегическому управлению, все чаще рассматривается влияние нематериальных ресурсов компании на ее конкурентоспособность. Одной из основополагающих работ посвященной данной тематике, является концепция «ключевых компетенций» озвученная американскими теоретиками менеджмента в Г. Хамелом и К. Прахаладом в ежемесячнике «Harvard Business Review» в статье «The core competence of the corporation» («Ключевая компетенция корпорации»). Данная теория гласит, что ключевые компетенции представляют собой особую форму специфичных для организации ресурсов, которые не имеют возможность потерять стоимость при применении и предполагают, разрушение при неиспользовании и могут быть задействованы одновременно во многих направлениях деятельности. [1, с. 13].

Автором статьи, предлагается провести аналогию между организацией и регионом, где ключевые компетенции последнего, будут представлены как фактор инвестиционной привлекательности региона. Стоит отметить, что в данной статье регион рассматривается как квазикорпорация, то есть как крупный субъект собственности и экономической деятельности. С этой позиции регион становится непосредственным участником на рынках товара, услуг, капитала и т.д. [2, с. 83].

На сегодняшний день важной составляющей роста национальной системы хозяйствования, является состояние и развитие инвестиционной деятельности. Инвестиции играют существенную роль в современном мире, во многом определяя динамику экономического роста, скорость процесса трансформации экономической системы, как на национальном, так и на региональном уровне. Особенно стоит подчеркнуть о инвестиционном процессе на уровне региона, так как объективные процессы децентрализации в экономике России, возлагают на регионы большую ответственность в решении проблем социально-экономического развития. В ходе решения этих проблем регионы сталкиваются с необходимостью осуществления комплекса социально-экономических задач. При весьма ограниченных бюджетных возможностях большинства субъектов РФ возникает необходимость привлечения дополнительных средств для их решения. Таким образом, весьма актуальной является проблема привлечения инвестиций в регионы.

Вполне естественно, что между регионами разгорелась конкурентная борьба за инвестиции, которая, несомненно, благоприятно влияет на условия ведения бизнеса для инвесторов. К сожалению, многие регионы идут по пути копирования чужого опыта, концентрируясь на поиске сходства с другими. Это приводит к исчезновению различий между регионами, они становятся все более похожими друг на друга. Гораздо выгоднее концентрироваться на поиске отличий и на этом строить стратегию по привлечению инвестиций, результат использования такой стратегии - появление у региона четких отличительных признаков. Именно поэтому, автором статьи рекомендуется выделить систему ключевых компетенций отдельного региона, к которым могут быть отнесены институциональная среда, уровень высшего образования и профессиональной подготовки, развитость финансового рынка, инновационный потенциал, итак остановимся на них по подробнее.

Институциональная среда определяется правовой и административной системами, в рамках которых частные лица, фирмы и органы власти взаимодействуют с целью создания дохода и повышения экономического благосостояния. Качество общественных институтов оказывает значительное воздействие на конкурентоспособность и рост. Оно влияет на

решения об инвестициях и на организацию производств, а также играет важнейшую роль при распределении в обществе экономического эффекта и бремени затрат, связанных с проведением политики и формированием стратегий развития. Роль общественных институтов не ограничивается правовыми рамками. Отношение государственных органов власти (как на федеральном, так и региональном уровне) к рынку и к свободам и эффективность его деятельности также очень важны: бюрократизм и волокита, чрезмерное регулирование, коррупция, отсутствие прозрачности и надежности накладывают значительные экономические издержки на бизнес. Хотя в экономической литературе фокус в основном делается на государственные институты, важными составляющими любой рыночной экономики являются также частные институты. Недавний мировой кризис наряду с многочисленными корпоративными скандалами подчеркнули значимость финансового аудита и стандартов бухгалтерской отчетности, а также прозрачности финансовой деятельности компаний, для предотвращения мошенничества и служебных злоупотреблений, обеспечения качественного управления и поддержания уверенности инвесторов и потребителей.

Сегодняшняя глобализация требует от стран создания ресурса высококвалифицированных работников, способных быстро адаптироваться к меняющимся условиям и к растущим потребностям производственной системы. Данный фактор инвестиционной привлекательности, как возможная ключевая компетенция региона измеряет охват населения средним и высшим образованием, а также качество образования в соответствии с тем, как его оценивает бизнес-сообщество. Повышение квалификации также принимается во внимание, поскольку программы профессиональной подготовки «с отрывом от производства» и продолжительное обучение сотрудников «без отрыва от производства», имеют большое значение для постоянного улучшения навыков персонала.

Недавний финансовый кризис показал, что для экономической деятельности особую важность представляет надёжный и слаженно функционирующий финансовый сектор. Эффективный финансовый сектор распределяет ресурсы, накопленные гражданами страны, а также финансы, поступающие в экономику из-за рубежа, так, чтобы они работали наиболее продуктивно. Ресурсы направляются на развитие тех предпринимательских или инвестиционных проектов, которые обеспечивают максимальную рентабельность. Ключевым аспектом является тщательная и правильная оценка рисков. Инвестиции в развитие бизнеса критически важны для производительности, поэтому экономика нуждается в развитом финансовом рынке.

Последнее слагаемое конкурентоспособности связано с технологическими инновациями. Несмотря на то что можно достичь больших успехов, улучшая общественные

институты, наращивая инфраструктуру, снижая макроэкономическую нестабильность или развивая человеческий капитал, в конечном итоге всем этим факторам свойственен эффект убывающей отдачи. В долгосрочной перспективе повышение уровня жизни будет возможно только за счет технологических инноваций. Для того чтобы сохранить свои конкурентные преимущества, необходимо разрабатывать и внедрять передовую продукцию и передовые производственные процессы. Для осуществления инновационной деятельности необходима благоприятная среда, поддерживаемая как государством, так и частным сектором. В частности, это подразумевает достаточное инвестирование в исследования и разработки, особенно со стороны частного сектора, наличие научно-исследовательских институтов высокого качества и т.д.

Несмотря на все усилия, регионы до сих пор не реализовали свой потенциал, поскольку существуют значительные расхождения между ожиданиями инвесторов и реальными возможностями регионов.

#### **Библиографический список**

1. Айрапетян Д.Г., Беляков В.А. Оценка реализации регионального потенциала, на основе ключевых компетенций региона. // Вестник Удмуртского университета. 2011 г. - №1. – С. 13-20.
2. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. Москва: ВШУ, 2003 г. – С. 474.

#### **Сравнение эффективности государственных и частных предприятий**

Т. Ю. Орлова  
гр. ЭИБ – 211

Научный руководитель  
Н.В. Мухаровский

Понятие экономической эффективности было важным в социалистической экономике и не утратило своей значимости в рыночной экономике, напротив, приобретает все больший вес. В рамках рыночной экономической системы функционируют как частные, так и государственные предприятия. Доля государственной собственности меняется в зависимости от того, какое ее сочетание с частной собственностью наилучшим образом служит решению задач стабилизации экономики, недопущению отставания национальной экономики от экономик других стран. Одним из показателей, позволяющих найти такое соотношение, является эффективность функционирования предприятия.

Если речь идет о государственных предприятиях, важно различать первичную и вторичную эффективность функционирования. Объясняется это тем, что они могут работать эффективно (первичная эффективность), но поскольку являются объектом собственности

государства, то последнее может вмешиваться в их деятельность, а это нередко приводит к убыткам и низкой рентабельности (вторичная эффективность).

Начиная с 80-ых годов прошлого века, точка зрения, что частное предприятие является неоспоримо и имманентно более эффективным, стала доминирующей в большинстве принимающих политические решения организациях. Как результат, развивающиеся страны запустили широкомасштабные программы приватизации.

В связи с разрозненностью представлений об эффективности государственных и частных предприятий существует несколько теоретических точек зрения на эффективность таких компаний:

#### 1) Социальная

В рамках этой точки зрения считается, что государственные предприятия служат инструментом устранения «провалов» рынка посредством проведения соответствующей ценовой политики. Как правило, выполнение таких функций снижает эффективность предприятия.

#### 2) Политическая

Частные фирмы в меньшей степени подвержены государственному вмешательству. Государственные компании могут быть более восприимчивы к давлению со стороны заинтересованных лиц, в то время как частные фирмы полностью сосредоточены на максимизации прибыли.

#### 3) Мотивационная

В рамках мотивационной точки зрения существует два противоположных мнения. Согласно первому, менеджеры государственных предприятий могут не иметь необходимых стимулов к эффективной работе или их недостаточно контролируют. Согласно второму мнению, государство, как крупнейший акционер, может контролировать деятельность менеджеров эффективнее, чем акционеры компании с распыленной собственностью.

#### 4) Кадровая

Частные собственники выбирают более квалифицированных специалистов. Существует мнение, что менеджеры государственных предприятий назначаются за умение находить общий язык с властью, менеджеры частных – за умение управлять фирмой эффективно.

В связи с вопросом разрозненности представлений о государственной и частной собственности интересна работа экономиста Ха-Чжун Чана из Кембриджа, в которой суммируются аргументы, высказываемые в литературе «за» и «против» государственных и частных предприятий.

В качестве аргументов «за» создание госпредприятий обычно приводят следующие: в отраслях, являющихся естественными монополиями, отсутствие ценового регулирования открывает для монополиста возможности занижать выпуск и завышать цену. Существуют соображения социального равенства: частные предприятия, работающие ради прибыли, отказываются предоставлять населению чистые общественные блага. Так же, только государство способно стать механизмом «лечения» изъянов рынка, так как у частного сектора нет для этого ни материальной базы, ни стимулов.

Обычно доводы против госсобственности связаны с проблемой «принципал — агент», то есть проблемой контроля государства за менеджерами госкорпораций, которые часто преследуют только свои интересы. Еще один аргумент — феномен «рационального неведения», суть которого состоит в том, что собственники и менеджеры государственных предприятий не желают тратить ни средств, ни времени, чтобы собирать информацию и следить за эффективностью своего предприятия. Кроме того, государственные предприятия более инертны при принятии решений, чем частные, из-за бюрократизма, многоэтапности в принятии решений.

Что касается частных компаний, то плюсы в пользу большей эффективности частного предпринимательства заключаются в оперативности принятия решений в частном бизнесе, ориентации на достижение экономических результатов. Также частные предприятия хвалят за возможность развертывания личной инициативы.

Критикуют частные фирмы за несогласованность действий, излишнюю трату ресурсов, а также за высокую вероятность различных противоправных и противообщественных действий. Кроме того, частные инвесторы не имеют должных стимулов инвестировать в отрасли с длительными сроками окупаемости. Нецелесообразно функционирование частных компаний в отраслях с естественными монополиями.

Компанией «Ernst & Young» в апреле 2010 года было проведено исследование, призванное ответить на вопрос, как общественность расценивает эффективность государственных и частных предприятий. В опросе приняли участие 12 000 человек из 24 стран мира.

В целом 40% респондентов из разных стран полагают, что государственные предприятия обеспечивают лучший уровень обслуживания по сравнению с частными компаниями, однако 70% участников опроса всё же считают их деятельность менее эффективной. Как показало исследование, в глазах общественности государственные предприятия вполне способны конкурировать с частными компаниями или даже опережать последних по эффективности своей деятельности. Но респонденты не ставят знак равенства между эффективностью и качеством услуг. В частности, опрошенные полагают, что в

собственности государства должны находиться организации, работающие в таких областях, как оборона (86%), услуги почтовой связи (71%) и банковский сектор (56%). В настоящее время отношение к государственному предприятию как к оптимальной форме организации отрасли с точки зрения эффективности сохраняется во Франции, Швеции и Финляндии.

Что касается России, то в настоящее время доля частного сектора в нашей стране оценивается в 65%, это примерно столько же, сколько и в восточноевропейских странах.

Экспертами Международного центра социально-экономических исследований "Леонтьевский Центр" и Российской ассоциации маркетинга проведено исследование 300 государственных и приватизированных предприятий восьми отраслей промышленности, строительства и торговли в 13 регионах России. Для комплексного учета всех сторон хозяйственной деятельности предприятий экспертами была разработана методика расчета интегрального показателя экономической эффективности. Результаты расчетов представлены по 3 группам предприятий, отличающихся по степени приватизации (государственные, средне приватизированные и глубоко приватизированные). В отраслевом разрезе абсолютное первенство принадлежит глубоко приватизированным и средне приватизированным предприятиям. Только в 2 отраслях государственные предприятия занимают второе место, в остальных - последнее. В региональном разрезе в 7 регионах наибольшей эффективностью обладают глубоко приватизированные предприятия, в 5 – средне приватизированные, и только в одном – государственные. При сравнении предприятий одного размера, наиболее эффективными оказались глубоко приватизированные компании среди как малых, так и средних, и средне приватизированные - среди крупных.

В процессе исследования брались во внимание только экономические показатели эффективности, но необходимо учитывать, что государственные предприятия производят чистые общественные блага, которые предоставляются всем и безвозмездно, кроме того, в структуре государственной собственности существуют убыточные предприятия, которые игнорируются частными компаниями, но функционирование которых необходимо для нормального развития экономики страны. Таким образом, сравнивать частные и государственные предприятия только по экономическим показателям эффективности некорректно, необходимо брать во внимание, что эти предприятия преследуют различные цели. Кроме того, для адекватного сравнения эффективности результатов нужно сравнивать однотипные предприятия (одного размера, работающие в одной отрасли и т.д.) В современных условиях хозяйствования необходимо, чтобы показатели экономической эффективности учитывали все релевантные параметры внешней среды, включая рыночную конъюнктуру, экологическую безопасность, ориентацию на прогрессивные технологии и др.

## Перспективы развития налоговой культуры в России

А. Д. Патрушева

Научный руководитель

гр. ЭЭБ-105-О

Н.В. Миллер

Налоговая культура – это система ценностей, установленных правил, норм и принципов в сфере налоговых отношений. Она представляет собой модель, включающую в себя правомерные действия налогоплательщиков и налоговых органов. В связи с интенсивным развитием экономики в России, все большее значение приобретает необходимость повышения налоговой культуры у населения. Актуальность данной темы обуславливается неопровержимым влиянием налоговой грамотности граждан на общее состояние и развитие не только налоговой системы, но и экономики, государства в целом. Налоговая культура в первую очередь влияет на уровень собираемости налогов, так же она определяет эффективность работы налоговых органов. Сегодня, налоговая культура – это уже не только знание законодательства о налогах и сборах, но и понимание того, куда и сколько налогов потратило государство для обеспечения благосостояния его граждан. Процесс формирования налоговой культуры сталкивается со многими проблемами, такими как :

- несовершенство, нестабильность налогового законодательства РФ;
- недостаточные информирование, консультирование граждан, рекламно-информационные мероприятия, использование каналов СМИ;
- неудовлетворительное качество исполнения налоговых процедур;
- недоверие населения к налоговым органам;
- проблема взаимной социальной ответственности гражданина, бизнеса и государства;
- непрестижность работы в налоговых органах, низкая социальная мотивация, большая текучесть кадров;
- постоянный поиск налогоплательщиков минимизации налоговые платежи.

Что бы повысить уровень налоговой грамотности необходимо :

1) Упросить налоговое законодательство, которое является достаточно многоаспектным, сложным и нестабильным. Из - за постоянных изменений налогового законодательства налогоплательщику сложно отслеживать ново-введения, следовательно их выполнять.

2) Активно использовать средства массовой информации. Консультирование, реклама в СМИ, на радио, создание сайтов в интернете, запуск «горячей линии».

3) Информированность населения о перераспределении налоговых поступлений. Налогоплательщик имеет право знать, на какие цели израсходованы налоги.

4) Взаимодействие налоговой инспекции и налогоплательщиков, осознание обеих сторон, что они партнёры. Здесь нельзя не отметить популярность проведение дня открытых дверей в налоговых инспекциях.

5) Повышения имиджа и престижа работников налоговой инспекции. Повышение заработной платы, избегание текучести кадров.

6) Формирование у молодежи налогового сознания, для этого необходимо осваивать налоговую грамоту со школьной скамьи.

Все данные меры для повышения налоговой культуры в России активно применяются. Все больше можно увидеть рекламу на улицах города и по местным телеканалам. Информация на сайтах налоговой инспекции, регулярно обновляется. Более того вводятся новшества, например в целях повышения налоговой грамотности среди налогоплательщиков и их информирования ФНС России создала специальную страничку на своем сайте с информацией о наиболее характерных нарушениях налогового законодательства, выявляемых в ходе проведения мероприятий налогового контроля. Там указан пункт, статья часть НК РФ, которая была нарушена. Описание нарушения законодательства о налогах и сборах. По каждому налогу отдельно. НДФЛ (для налогоплательщиков) п.1 ст.219, п.1 ст.220. Завышение суммы социальных и имущественных налоговых вычетов. В российских школах активно проводятся уроки налоговой грамотности. К сожалению, пока в единственно области нижегородской, проводится олимпиада по основам налоговой грамотности, учащихся старших классов. Для подрастающего поколения особенно важно, хорошо ориентировалось в налоговом законодательстве, для обеспечения себе в будущем достойной жизни. Во многих Российских городах запущена бесплатная «горячая линия», куда каждый гражданин может позвонит и задать интересующий для себя вопрос в сфере налогообложения. Можно с уверенностью утверждать, что будущее у налоговой культуры России есть, более того с каждым годом она только растет. Но нужно не останавливаться на достигнутом, а продолжать работать над повышением уровнем налоговой грамотности у населения. Для этого необходимо понимание всеми гражданами важности для государства и общества уплаты налогов. Налог- это непринужденное, а обязанность каждого законопослушного гражданина, которому небезразлично благосостояние своей страны. Как сказал Новалис (псевдоним, настоящее имя – Фридрих фон Гарденберг), немецкий поэт и философ «Гражданин должен платить налоги с тем же чувством, с каким влюбленный дарит своей возлюбленной подарки». Работники налоговых органов со своей стороны должны понимать, что налогоплательщик является партнером государства, и именно на деньги налогоплательщика оно осуществляет свою политику и содержит социальную сферу. Работникам налоговых органов следует с уважением относиться к проблемам

налогоплательщиков. Только тогда налоговая культура добьется успеха и будет эффективна, когда будет комплексное использование всех этих мер.

### **Гендерные аспекты развития карьеры**

И.С. Попиченко  
гр. ЭПБ-214-О

Научный руководитель  
В.С. Половинко

Проблема развития карьеры достаточно изучена в науке, но, не смотря на ее популярность, именно гендерные аспекты развития карьеры очень актуальны на сегодняшний день.

Жизненный путь любого человека уникален, поэтому у каждого есть собственное представление и понимание аспектов развития карьеры.

Объектом нашего исследования является карьера, а предметом – гендерные особенности развития карьеры. Цель нашей работы – изучение и раскрытие особенностей гендерной специфики в развитии карьеры. Она конкретизируется в следующих задачах:

1. Раскрыть социально-экономическое содержание понятия «карьера».
2. Рассмотреть виды, факторы и этапы развития карьеры.
3. Ознакомиться с планированием карьерного пути и управлением индивидуальным карьерным процессом.
4. Изучить специфику гендерных особенностей, обуславливающих карьерные достижения.
5. Выявить влияние гендерного аспекта в современном развивающемся мире.
6. Изучить содержание понятия «социальная дискриминация женщин».
7. Выработать рекомендации по снижению дискриминации женщин на рынке труда.

В современной научной литературе существует множество подходов к определению сущности карьеры. В традиционных представлениях под карьерой понимается продвижение сотрудника по служебной лестнице организации в рамках сферы его профессиональной деятельности. В широком смысле карьера определяется как общая последовательность этапов развития в основных сферах жизни.

В толковом словаре С.И. Ожегова это слово трактуется следующим образом: род занятий, деятельность; путь к успехам, видному положению в обществе, на служебном поприще, а также само достижение такого положения.

А.Я. Кибанов трактует карьеру как индивидуально осознанную позицию и поведение, связанные с трудовым опытом и деятельностью на протяжении рабочей жизни человека<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Кибанов А.Я. Управление персоналом организации / ред. А.Я. Кибанова, 4-е изд. доп. и перераб. – М.: ИНФРА – М, 2011. - 695 с.

Многогранность и сложность явления карьеры отражается и в многообразии ее видов. Для классификации видов карьеры выделяют множество различных оснований, критериев и признаков. В своей работе мы использовали классификацию Н.П. Беляцкого, в которой представлены наиболее распространенные в специальной литературе виды карьеры.

Любая карьера делается ради чего-то, имеет свои цели, которые могут постепенно меняться. Так целями карьеры являются<sup>29</sup>:

- заниматься видом деятельности или иметь должность, которая будет соответствовать самооценки и поэтому доставлять моральное удовлетворение;
- получить работу или должность, соответствующую самооценке, в местности, природные условия которой благоприятно действуют на состояние здоровья и позволяют организовать хороший отдых;
- занимать работу или должность, которая усиливает ваши возможности;
- иметь работу или должность, которая носит творческий характер и т.д.

Как и любой процесс, карьерный процесс подвергается влиянию различного рода факторов. Так, например, существуют движущие, тормозящие факторы карьерного процесса, объективные и субъективные факторы, а также психологические факторы.

Существует множество классификаций этапов карьеры. Мы рассмотрели классификацию Веснина В.Р., которая представлена в таблице<sup>30</sup>.

Таблица 1

Краткое описание этапов карьеры

| № | Этап карьеры     | Возрастной период | Краткая характеристика  | Особенности мотивации               |
|---|------------------|-------------------|---|-------------------------------------|
| 1 | Подготовительный | 18 – 22 года      | Выбор области деятельности, получение профессионального образования                 | Безопасность, социальное признание  |
| 2 | Адаптационный    | 23 – 30 лет       | Освоение работы, развитие профессиональных навыков, освоение профессиональной среды | Социальное признание, независимость |
| 3 | Стабилизационный | 30 – 40 лет       | Профессиональное развитие.  | Социальное                          |

<sup>29</sup> [Одегов, Ю. Г.](#) Управление персоналом в структурно-логических схемах: Учебник для вузов / [Ю. Г. Одегов](#). – М.: Академический Проект, 2005. – 1088 с.

<sup>30</sup> Веснин В.Р. Технология работы с персоналом и деловыми партнерами. Учебно - практическое пособие. - М.: ТД Элит, 2000. -592 с.

|   |                              |                  |   |  |
|---|------------------------------|------------------|---|--|
|   |                              |                  | Разделение на перспективных и неперспективных с т. зр. руководства  | признание, самореализация, самовыражение       |
| 4 | Консолидационный             | 40 – 50 лет      | Перспективные руководители продолжают карьеру. Неперспективные – осваивают новые сферы деятельности, переходят к горизонтальной карьере | Удержание социального признания                |
| 5 | Этап зрелости                | 50 – 60 лет      | Передача опыта, мастерства  | Самовыражение в наставничестве                 |
| 6 | Подготовка к уходу на пенсию | Старше 60-ти лет | Занятие другими видами деятельности   | Поиск самовыражения в новой сфере деятельности |

Таким образом, можно подвести итог вышесказанному. Профессиональная карьера характеризуется тем, что конкретный сотрудник в процессе своей профессиональной деятельности проходит различные стадии развития: обучение, поступление на работу, профессиональный рост, поддержка индивидуальных профессиональных способностей, уход на пенсию.

Гендер – понятие, используемое в социальных науках для отображения социокультурного аспекта половой принадлежности человека. Во все времена считалось, что мужчина должен содержать семью, а женщина - хранить семейный очаг. В современном мире положение вещей по-прежнему остается таким же. Распределение мужчин и женщин по сферам деятельности неоднородно, а предпочтения в профессиональной ориентации наблюдаются с самого раннего возраста. Девочки чаще проявляют интерес к человеческому лицу, природе, семейным отношениям, а мальчики — к технике, геометрическим фигурам. Для мальчиков нормой считаются умеренно агрессивные проявления, решительность, склонность к риску и большая подвижность по сравнению с девочками. С. В. Ковалев отмечает, что в возрасте 1,5 — 2 лет отчетливо проявляется большая склонность мальчиков к преобразующей деятельности, тогда как девочки предпочитают проявлять активность в установленных рамках<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Клецина И.С. Практикум по гендерной психологии. Учебное пособие для вузов / под ред. И.С. Клециной – Спб.: Питер, 2003. - 479 с.

Среди различных ориентиров выбора карьеры мужчины чаще стремятся к предпринимательской активности, менеджменту. Женщины в работе чаще ориентированы на независимость, стабильность, безопасность. Важным мотивом выбора работы для женщин являются условия труда, санитарно-гигиенические характеристики деятельности, организация работы. Женщины чаще воспринимают карьеру как личный рост, как самореализацию, а мужчины относятся к карьере как к перспективной и престижной должности. Мужчины соотносят работу с продвижением по службе, тогда как женщины разделяют два понятия: выполняемая работа и карьера. В оценке собственного труда женщина ориентирована на похвалу или негативную оценку со стороны других участников деятельности. Для мужчин главным становится оценка их профессиональной деятельности. В ситуации стресса мужчины и женщины руководители обычно ведут себя по-разному: мужчины склонны впадать в диктаторство, замыкаться в себе, а женщины чаще прибегают к советам, могут поделиться проблемами с окружающими<sup>4</sup>.

Так женщины очень поздно решаются делать карьеру. Часто только через десять лет работы на фирме они готовы занять более высокое положение, но для запланированной карьеры это слишком поздно. В то время как мужчина с самого начала нацелен на карьерный рост и готов занять высокую должность.

Социальная дискриминация женщин - это ограничение или лишение прав по признаку пола во всех сферах жизни общества: трудовой, социально-экономической, политической, духовной, семейно-бытовой. Социальная дискриминация ведет к снижению социального статуса женщины и является одной из форм насилия над ее личностью, а, следовательно, угрозой для ее безопасности<sup>32</sup>.

Социальные нормы и укоренившиеся представления часто приводят к нежеланию женщин занимать руководящие посты в организации. Существует «модель мужчины-руководителя». При этом представляется, будто женщины не могут и не должны быть хорошими руководителями. Согласно культурному стереотипу, мужчины превосходят женщин интеллектуально, они более устойчивы эмоционально, ориентированы на достижение результата.

Поскольку в общественном сознании 20-30 лет - именно тот возраст, когда женщины с наибольшей вероятностью вступают в брак и рожают детей, то все они оказываются жертвами дискриминации. Реально женщина может на равных конкурировать с мужчиной на

---

<sup>4</sup> Клецина И.С. Практикум по гендерной психологии. Учебное пособие для вузов / под ред. И.С. Клециной – СПб.: Питер, 2003. - 479 с.

<sup>32</sup> Силласте Г. Г. и др. Социальная дискриминация женщин как предмет социологического анализа // Социологические исследования, 1997, № 12. С. 112-120

рынке труда только в возрасте от 30 до 40 лет. И лишь при условии, что она замужем и имеет взрослых детей.

Таким образом, на рынке труда действуют одновременно и дискриминация и механизм самоотбора женщин, которые не позволяют им занимать положение одинаковое с мужчинами.

Для того чтобы снизить существующую дискриминацию женщин на рынке труда, мы предлагаем следующие варианты решения проблемы:

1. Оказание консультаций женщинам по вопросам применения трудового законодательства, увольнения, трудоустройства и переобучения.
2. Обучение женщин основам предпринимательской деятельности и организации собственного дела.
3. Развитие системы трудовой реабилитации женщин после выхода из отпуска по уходу за детьми.
4. Внедрение в законодательном порядке повсеместного использования тестирования при приеме на работу.
5. Ужесточение ответственности за дискриминацию трудовых прав в Российской Федерации. Наряду с общими нормами Уголовного Кодекса следует «ввести специальные нормы, субъектом наложения ответственности которых станет работодатель».
6. Принятие закона о равных правах и равных возможностях мужчин и женщин, в котором будет содержаться понятие дискриминации по признаку пола.
7. Принцип охраны интересов социально незащищенных слоев населения должен по-прежнему иметь приоритетное значение (в отношении беременных женщин, женщин-инвалидов и женщин, имеющих детей).
8. Во всех органах исполнительной власти и в органах местного самоуправления сформировать подразделения, в компетенцию которых входила бы выработка политики равных прав и равных возможностей мужчин и женщин, а также контроль за ее проведением на местах<sup>33</sup>.

На наш взгляд, приведенные рекомендации позволят сократить распространение дискриминации и будут способствовать повышению имиджа работодателя на рынке труда.

На основании выше изложенного мы пришли к выводу, что реализация равных возможностей в планировании и построении карьеры мужчинами и женщинами возможна. Однако

---

<sup>33</sup> Ведомости Федерального Собрания РФ.1997.№35.Ст. 1582.

препятствуют артефакты патриархальной культуры. В нашей работе были рассмотрены особенности построения карьеры мужчин и женщин. Исследование показало, что в наше время существует дискриминация женщин на рынке труда, поэтому нами было предложено несколько вариантов по снижению дискриминации.

### **Влияние изменений в законодательстве по ЕНВД на предпринимательскую деятельность**

Т.С. Прядина  
ЭНС-908-О

.....Научный руководитель  
.....Л.А. Родина

Согласно опросу, проведенному Национальным институтом исследования проблем предпринимательства, 73% предпринимателей признали самым важным в развитии своего бизнеса возможность получения налоговых льгот от государства.

Со вступлением в силу новой редакции главы 26.3 Налогового кодекса большинство малых российских предприятий было поставлено перед выбором налогового режима на новый период. Предстоит решить, стоит ли добровольно продолжать работу в системе ЕНВД или целесообразнее выбрать иной налоговый режим для своего бизнеса.

В случае отказа от использования ЕНВД с 1 января 2013 года организация имеет возможность перехода на основную систему налогообложения или на иной специальный налоговый режим, при соответствии его требованиям. Для компаний, ранее обязанных использовать систему ЕНВД, такими режимами могут быть упрощенная система налогообложения или патентная система для индивидуальных предпринимателей. В любом случае, решение о сохранении ЕНВД или переходе на упрощенную или основную системы налогообложения, должно основываться на тщательном анализе всех возможных последствий.

При переходе с ЕНВД на общий режим налогообложения компанию ждет начисление таких видов налогов: налог на имущество, налога на прибыль и НДС. А кроме того ведение в полном объеме бухгалтерского и налогового учета.

Таким образом, общий режим налогообложения для компании менее привлекателен, чем ЕНВД.

При УСН компания сама выбирает способ ее начисления: с объектом доходы или с объектом доходы, уменьшенные на величину расходов.

Если удельный вес расходов у компании в общей сумме доходов высок или низка рентабельность, то при УСН налог будет стремиться к минимально допустимому, а именно 1 процент от доходов. Что, как правило, меньше суммы ЕНВД, который не учитывает рентабельность, а зависит от физических показателей (метража, численности, количества

транспортных средств). Особенно выгоден будет переход на УСН доходы минус расходы тем компаниям, которые:

- находятся в регионах, где предусмотрена пониженная ставка «упрощенного» налога подпадают под льготу по страховым взносам
- имеют физические показатели (используемые для расчета ЕНВД), близкие к предельно допустимым (например, 20 транспортных средств, 150 м<sup>2</sup> площадь торгового зала, 90 сотрудников и т. д.);
- ведут деятельность неактивно, имеют значительные недозагруженные мощности, в очень малой доле задействуют свои потенциальные производственные возможности (например, есть большая стоянка для автомобилей, но заполнена она только на треть).

Однако решающим аргументом в пользу ЕНВД перед УСН является то, что упрощенная система не способствует повышению эффективности бизнеса. Если при ЕНВД прибыль компании напрямую зависит от способности предпринимателя извлекать максимальную выгоду из минимального количества бизнес - единиц, то при УСН получение дохода, превышающего предельную величину, влечет за собой потерю права использовать специальный режим.

Таким образом, ЕНВД предпочтительнее УСН по ряду причин, важнейшая из которых – отсутствие законодательных ограничений прибыли, то есть она целиком зависит от предпринимательских способностей руководителя.

Исходя из вышесказанного, для малого предприятия, целью которого является максимизация чистой прибыли и повышение эффективности бизнеса, ЕНВД является наиболее оптимальным налоговым режимом.

Что касается дальнейших перспектив для ЕНВД, то ожидается полная отмена главы 26.3 Налогового кодекса.

Для большей части Российской Федерации это означает налоговое нововведение в сфере розничной торговли, бытового обслуживания, общественного питания, оказания автотранспортных услуг и ряда других видов деятельности.

ЕНВД – один из самых распространенных режимов налогообложения среди субъектов малого и среднего бизнеса. Его применяет порядка 3 млн. предпринимателей и организаций.

Намеченная Минфином отмена единого налога на вмененный доход случится не раньше 2018 года.

Разработанный финансовым ведомством законопроект, который отменял ЕНВД с 2014 года, был принят Госдумой в 2012 г. и вызвал резкое возмущение у предпринимателей — в ряде регионов представители малого бизнеса даже провели серию протестов.

Против отмены ЕНВД выступали практически все — как малый, так и крупный бизнес, поэтому и принято решение повременить с его отменой.

По оценке Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», плательщиками ЕНВД являются примерно 50% организаций малого бизнеса и предпринимателей. Для них он очень удобен, так как, уплачивая один налог, они освобождаются от всех других. «Вмененщики» ведут упрощенный налоговый и бухгалтерский учет, кроме того, у них нет необходимости покупать и содержать кассовый аппарат. Впрочем, от сохранения ЕНВД выиграют и некоторые крупные компании — в первую очередь торговые и ресторанные сети. Зачастую в регионах менеджмент таких предприятий искусственно дробит свой бизнес на несколько мелких, чтобы каждая его часть попадала под льготное налогообложение, и таким образом экономит на налогах.

В виде альтернативы ЕНВД планируется ввести Патентную систему налогообложения. Патентная система в рамках упрощенной системы налогообложения существует и сейчас, она была введена в 2006г. Однако практика применения показывает ее неэффективность. Суммы, собираемые с помощью патентов существенно ниже ЕНВД.

Патентная система также как и вмененная будет действовать в отношении определенных видов деятельности.

Использовать ее смогут только индивидуальные предприниматели. Организации — юридические лица не смогут ее применять. Но и для предпринимателей установлены жесткие ограничения, которые позволят это сделать далеко не всем, они подойдут только для самого малого бизнеса.

Площадь розничного магазина для работы на новой патентной системе не должна превышать 10 кв.м., сейчас на ЕНВД 150 кв.м., численность наемных работников уменьшается со 100 до 10 человек.

Доходы налогоплательщика за год, не должны превысить 60 млн. руб. Тогда как применение ЕНВД невозможно только для крупнейших налогоплательщиков, доходы которых согласно критериям исчисляются в десятках миллиардов рублей.

Ограничения по субъектам предпринимательства, по критериям деятельности и по самим видам деятельности означает, что большей части бизнеса, работающего сейчас на ЕНВД, не только организациям, но и предпринимателям, придется перейти на общий режим налогообложения или упрощенную систему.

Итак, в ближайшее время даже самому маленькому розничному магазину или кафе придется платить налоги аналогичные крупному бизнесу - 20 процентов налога на прибыль, 30 процента страховых взносов, 18 процентов НДС, помимо этого налог на имущество,

НДФЛ для предпринимателей и другие налоги, уплачиваемые при применении обычной системы налогообложения.

Помимо увеличения налогового бремени, возрастут и другие расходы. Обязанность уплаты большего количества налогов приведет к полной перестройке учета. Понадобятся более совершенные программные продукты, офисная техника, более квалифицированная бухгалтерия.

Вернется обязанность применять кассовые аппараты, а это опять расходы на технику, обслуживание и персонал.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что отмена вмененного налога, нанесет существенный удар по малому бизнесу, может привести к снижению количества субъектов малого и среднего предпринимательства.

Увеличение налогового бремени смогут выдержать не все организации и предприниматели, что может привести к сокращению персонала и снижению размера официальной зарплаты.

А покупателям с большой долей вероятности стоит ожидать роста цен. **Расчет размера**

#### **Библиографический список**

1. Основные положения применения УСН и ЕНВД с 2013г. // Налоговое планирование – 2012 №4 с. 7-9
2. Климова М.С. Спецрежимы поправки и изменения // Налоговый вестник 2012 №7 с.20-30
3. Вайтман Е.В. Как новшества в спецрежимах повлияют на деятельность компаний и предпринимателя в 2013г. // Российский налоговый курьер – 2012 №19 с. 24-31
4. Шаронова Т.Ю., Хенкеева Д.Д. Спрогнозировав сумму выручки на 2013 год, компания может определить что ей выгоднее «вмененка» или «упрощенка» // Российский налоговый курьер – 2012 №16 с. 50-56
5. <http://opora.ru/>

#### **Управление демографическими процессами в Омской области**

К.А. Романова  
гр. ЭГС- 019-О

Научный руководитель  
О.В. Гокова

В настоящее время демографическая ситуация в России улучшается, фиксируются очень высокие показатели рождаемости – в 2012 году в РФ родилось почти 2 млн. детей – это рекорд для современной России. Аналогичный уровень рождаемости наблюдался в СССР

в конце 1980-х годов. Президент РФ В.В. Путин в ходе прямой линии 25 апреля 2013 год также отметил позитивное развитие демографической ситуации в целом<sup>34</sup>.

Однако говорить о переломе сложной демографической ситуации в стране и в нашем регионе пока рано. Сейчас установлен оптимальный баланс между рождаемостью и смертностью, но существуют демографические волны. На сегодняшний день позитивную статистику создает поколение «рекордных» 1980-х годов. Но в следующее десятилетие, в 1990-е годы, в стране наблюдался демографический кризис и в дальнейшем эксперты ожидают некоторое снижение рождаемости. Повышение и спады рождаемости – процесс периодичный. Поэтому для России в целом и для регионов, в том числе и для Омской области, важным является именно изменение привычной модели семьи с одним или двумя детьми и ориентация на многодетную семью. Именно тогда можно будет надеяться на серьезный естественный прирост населения, а это возможно только при соответствующей государственной и региональной демографической политике. Исходя из вышеизложенного, целью данного исследования является анализ основных направлений и результатов управления демографическими процессами в Омской области.

Снижение рождаемости с начала 1990-х годов коснулось практически всех регионов России, в том числе и Омской области. В нашей области с 1993 года отмечаются, характерные для всей России, депопуляционные тенденции. За период с 1993 по 2013 годы численность постоянного населения области сократилась на 203 тыс. человек<sup>35</sup>. Однако благодаря предпринимаемым усилиям федеральными и региональными властями по выходу из демографического кризиса в последние годы ситуация улучшается. По состоянию на 1 января 2013 года общий коэффициент рождаемости по области составил 14,9 ‰ при уровне смертности 13,8 ‰. В Омской области в 2012 году зарегистрирован естественный прирост населения, равный 1,1‰<sup>36</sup>. Это случилось впервые за 20 лет!

Конечно, данный результат нельзя назвать закономерным и стабильным, поскольку остается ряд нерешенных проблем и именно на этом этапе стоит предпринять все необходимые меры для закрепления полученного результата.

Для решения этих задач из федерального бюджета производятся многочисленные выплаты. Во-первых, сертификат на материнский капитал выдается при рождении второго и последующих детей в период с 1 января 2011 года по 31 декабря 2016 года. Его номинал 408 900 рублей. Потратить эти средства можно строго на определенные цели. Во-вторых,

---

<sup>34</sup> Бакшеев М. Демографическая ситуация улучшается // Трибуна: неофиц. сайт. 2007. URL: [http://www.tribuna.ru/news/society/vladimir\\_putin\\_demograficheskaya\\_situatsiya\\_uluchshaetsya/](http://www.tribuna.ru/news/society/vladimir_putin_demograficheskaya_situatsiya_uluchshaetsya/) (дата обращения: 02.05.2013).

<sup>35</sup> Численность населения Омской области на 1 января 2013 года. – Омск, Омкстат, 2013. – С. 6.

<sup>36</sup> Ест. движение и миграция населения Омской области в 2012 году. – Омск, Омкстат, 2013. – С. 9.

выдается единовременное пособие при рождении ребенка в размере **13087** рублей. В-третьих, выплачивается ежемесячное пособие по уходу за ребенком до 1,5 лет в размере 40 % от среднего заработка, но не менее 2 454 рублей на первого ребенка и 4 908 рублей на второго и последующих детей ежемесячно. Так же одной из федеральных выплат является пособие женщинам, вставшим на учет в мед. учреждения на ранних сроках беременности в размере 465 рублей. Производятся вычеты из подоходного налога родителя по 600 рублей на каждого ребенка.

Региональными властями с 2011 года производится выплата регионального материнского (семейного) капитала при рождении или усыновлении третьего и последующих детей в период с 1 января 2011 года по 31 декабря 2016 года. Ее размер установлен в сумме 100 тыс. рублей с ежегодной индексацией<sup>37</sup>. Данной мерой регион ориентирует население на многодетную семью.

Все вышеперечисленные меры оказали существенное влияние на увеличение рождаемости в Омской области, о чем свидетельствуют данные статистики. В 2012 году общий коэффициент рождаемости по области составил 14,9 ‰, что на 10,6 % выше уровня 2011 года. Необходимо отметить, что естественный прирост населения в 2012 году был зафиксирован в 20 районах Омской области (в 2011 году – в 14 районах)<sup>38</sup>.

Вместе с тем, сохраняется ряд нерешенных проблем. Существует дифференциация районов по уровню рождаемости в зависимости от доли городского населения и национального состава. В Омской области состав населения является этнически разнообразным, что очень влияет на демографическую ситуацию. 83 % от общего числа жителей составляют русские, 3,9 % казахи, 3,75 % украинцы, немцы 3,67 %, татары 2,3 % и другие. Важно подчеркнуть, что славянские народы отличаются наименьшей рождаемостью в отличие от других народов, которые ориентированы на многодетную семью, культ материнства. Проблемой Омской области является ориентация основного этноса (русских) на малодетную семью (1-2 ребенка в семье)<sup>39</sup>.

Одной из главных причин депопуляции в Омской области, придающей ей особую остроту, является высокая смертность. За прошедший год она увеличилась в 56 % районах.

Максимально высокие показатели смертности населения Омской области были отмечены в 2003 – 2006 годах: общий коэффициент смертности достигал в 2003-2004 годах

---

<sup>37</sup> Федеральный и региональный материнский капитал // Материнский капитал: офиц. сайт. 2010. URL: <http://www.matkap.ru/region/materinskiy-kapital-v-omske.php> (дата обращения: 30.04.2013).

<sup>38</sup> Ест. движение и миграция населения Омской области в 2012 году. С. 9-12.

<sup>39</sup> Гокова О.В. Совершенствование демографической политики муниципальных районов (на примере Омской области) // Вестник Омского университета. – 2010. – № 3 – С. 74.

14,9 ‰, в 2005 году 15,5 ‰, что в 1,7 раза превысило данный показатель в 1990 году равный 9,3‰<sup>40</sup>.

В 2012 году общий коэффициент смертности населения Омской области увеличился по сравнению с 2011 годом на 2,2 % и составил 13,8‰.<sup>41</sup>

Общая тенденция динамики смертности населения Омской области, как и большинства регионов страны, характеризуется сверхсмертностью людей трудоспособного возраста, среди которых 80 процентов составляют мужчины. Высокий уровень смертности среди трудоспособного населения обусловлен распространенностью алкоголизма, наркомании, табакокурения. Не созданы условия, побуждающие людей бережно относиться к собственному здоровью и здоровью своих детей. Недостаточно развиты формы досуга, способствующие ведению здорового образа жизни такие как физическая культура, спорт, туризм, активный отдых и другие.

Еще одной проблемой остается миграционная ситуация. Миграционное движение не компенсирует естественную убыль. С 1999 года в Омской области наблюдается отрицательное сальдо миграции. Замедление миграционной активности и снижение миграционного прироста характерны не только для Омской области, но и для России в целом. Наибольшую часть миграционных потоков составляет межрегиональный внутрироссийский обмен. Отток населения за пределы Омской области обусловлен периферийностью и суровыми климатическими условиями региона

Омская область характеризуется интенсивной миграцией населения из районов в город. Единственными районами с положительным сальдо миграции являются Омский, Азовский, Любинский, Кормиловский и Одесский<sup>42</sup>.

В заключении хотелось бы отметить, что для управления процессами естественного воспроизводства на региональном уровне необходимо использовать дифференцированный подход. И он должен включать помимо материально-стимулирующих мер управленческое воздействие на мировоззренческо-ценностные ориентиры населения.

#### **Преимущества, недостатки и перспективы зарплатных проектов как банковского продукта коммерческого банка на примере ОАО «ОТП Банк»**

В.А. Скороход  
гр. ЭФС-905-О

Научный руководитель  
С.А. Гаранина

В современной банковской практике зарплатные проекты являются популярным продуктом, так как в них заинтересованы как коммерческие банки, так и клиенты. Ведение

---

<sup>40</sup> Гокова О.В. Проблемы регионального демографического развития (на примере Омской области) // Актуальные проблемы общественного сектора. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2012. – С. 36-37.

<sup>41</sup> Ест. движение и миграция населения Омской области в 2012 году. – Омск, Омкстат, 2013. – С. 9.

<sup>42</sup> Там же. С. 19.

зарплатных проектов в коммерческом банке для клиента имеет ряд преимуществ: сокращение объемов налично-денежного оборота, облегчение работы бухгалтерии, устранение пиковых нагрузок в дни выдачи заработной платы, оперативная выплата заработной платы. Банк же получает приток новых клиентов, аккумулирует денежные средства на карт-счетах, внедряет и развивает новые услуги с использованием пластиковых карт.

Российский менталитет и ряд других недостатков, свойственных как банковской системе в целом, так и конкретным банкам в частности, затрудняет переход организаций к ведению зарплатных проектов в коммерческом банке. К главным недостаткам стоит отнести – российский менталитет, так как в России исторически преобладал наличный денежный оборот. Недостаточная развитость культуры пользования пластиковыми картами также оставляет свой след на развитии данного направления в России. Третья основная проблема развития пластикового направления в России – это недостаточный темп развития инфраструктуры по обслуживанию пластиковых карт различных платежных систем и отставание от темпов эмиссии карт.

Филиал «Омский» ОАО «ОТП Банк» предоставляет широкий спектр банковских услуг и продуктов для корпоративных клиентов и частных лиц. В рамках зарплатных проектов филиал предлагает своим клиентам осуществлять переводы заработной платы на пластиковые карты платежных систем «Золотая корона» и «MasterCard».

Дальнейшее развитие пластикового направления со стороны коммерческих банков в виде улучшения инфраструктуры, со стороны государства в обеспечении мер плавного и «безболезненного» перехода от наличных денег к пластиковым картам и регулировании законодательства, касающегося платежных систем, позволит добиться положительных результатов и облегчить жизнь всем заинтересованным сторонам.

### **Государственные электронные услуги: тенденции развития**

А.Г. Скрап

гр.ЭММ-202-О-11

Научный руководитель

С.Н. Апенько

Предоставляемые государством электронные ресурсы размещены на Едином портале. Он доступен любому пользователю информационно-телекоммуникационной сети Интернет и организован таким образом, чтобы обеспечить простой и эффективный поиск информации по государственным или муниципальным услугам.

Все услуги соотнесены с конкретным регионом Российской Федерации: место получение услуги определяет как наличие самой услуги, так и условия ее предоставления.

Портал является единой точкой доступа к информационным системам ведомств. В соответствии с законодательством Российской Федерации портал предоставляет информацию об услугах и ведомствах из федерального реестра государственных услуг. При оказании электронных услуг портал использует систему межведомственного взаимодействия и информационную систему ведомств для обработки электронного заявления.

Возможности портала:

- узнать о предоставляемых государством услугах;
- узнать информацию об органах власти и их территориальных отделениях;
- подать заявление в электронном виде;
- найти решение по жизненной ситуации.

Для дальнейшего развития электронных услуг, появились универсальные электронные карты. Они становятся единым федеральным стандартом идентификации гражданина для получения им в электронном виде государственных, муниципальных и иных услуг.

Универсальная электронная карта выдается бесплатно на основе заявления от гражданина Российской Федерации, она действительна для всех категорий граждан.

Государство принимает различные законы и законопроекты в области развития электронных услуг. В ноябре 2009 года появился "План перехода федеральных органов исполнительной власти на предоставление государственных услуг и исполнительной власти на предоставление государственных услуг и исполнение государственных функций в электронном виде", в который были включены 73 базовые государственные услуги, которые к 2015 году необходимо перевести в электронный вид. В 2010 году была завершена работа над долгосрочной государственной программой "Информационное общество 2011-2018".

Также были приняты два важнейших закона: Федеральный закон от 9 февраля 2009 года № 8-ФЗ "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления" и Федеральный закон от 27 июля 2010 года № 210-ФЗ "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг" которыми регулируется предоставление государственных и муниципальных услуг в электронной форме. Кроме того, вышло множество постановлений и распоряжений Правительства Российской Федерации, которые регулируют самые разные аспекты межведомственного электронного взаимодействия.

Помимо законодательства, также ставят задачи для успешного развития:

1. Переход к более высоким стадиям электронного правительства, взаимосвязь электронного государственного управления с характером административных реформ,

большая ориентация на нужды граждан как потребителей государственных электронных услуг.

2. Улучшение электронного документооборота и обмена информацией внутри органов исполнительной власти, особенно по линии "центр — регионы — органы местного самоуправления — организации гражданского общества".

3. Организация непрерывного обучения госслужащих и введения этого критерия в результаты периодической аттестации, предусмотренной законом.

4. Унификация страниц государственных учреждений в Интернете, с тем чтобы гражданам было легче воспринимать ту информацию, которая в них есть.

5. Формирование национальных стандартов доступности электронного правительства.

6. Создание административных регламентов, чтобы заявитель понимал, что происходит с его документом.

7. Повышение компьютерной грамотности населения страны.

Таким образом, чем выше компьютерная грамотность население страны, тем быстрее и успешнее будут развиваться электронные услуги. Так как они позволяют значительно экономить время и средства.

### **Проект управления трудовыми перемещениями персонала ресторанного бизнеса**

Д.С. Славкин

Научный руководитель

ЭММ-202-О-11

С.Н. Апенько

Происходящие в российском обществе экономические трансформации ставят предприятия в ситуацию нестабильности, в которой выживают более адаптивные структуры бизнеса, делающие акцент на модернизации производства, на развитии и накоплении человеческих ресурсов, от которых зависит их благополучие и долговременный рост. Именно человеческие ресурсы являются одним из важнейших элементов производства, определяющих темпы его роста, качество продукции и успешность предприятия в целом.

Развитие российских предприятий сопровождается видами трудовых перемещений, адекватными требованиям современной экономики, которые предполагают свободу выбора места и формы реализации потенциала работников. Процессы трудовых перемещений на предприятиях в настоящее время в основном не регулируются, а происходят стихийно. Наблюдается довольно большой процент добровольных увольнений работников, обладающих специфическими для предприятий знаниями и навыками, являясь тем самым для них ресурсами. Их уход влечет за собой цепь издержек, связанных с потерей прибыли от непроизведенной продукции, с затратами на поиск, отбор и наем новых работников, их

обучением и профессиональной подготовкой. В связи с этим возрастает необходимость поиска новых подходов к изучению и регулированию трудовых перемещений работников.

Цель регулирования трудовых перемещений – формирование основной стабильной части трудового коллектива по количественным и качественным параметрам, отвечающей требованиям среднесрочных и долгосрочных стратегий развития предприятия с учетом удовлетворения потребностей и интересов работников.

В ресторанном бизнесе наблюдается высокая текучесть кадров, что негативно сказывается на морально-психологическом климате в коллективе, наносится большой экономический ущерб производству из-за недодаваемой продукции в связи с перерывами в работе, из-за снижения трудовой активности, производительности труда. Решению этих проблем может способствовать разработка и реализация консалтингового проекта, направленного на формирование системы управления трудовыми перемещениями персонала организаций ресторанного бизнеса.

Наиболее мобильными в ресторанном бизнесе являются обслуживающие работники. Это происходит потому, что обслуживающие работники - это, в большинстве своём, молодые люди, а на трудовые перемещения работников во многом влияет возраст и связанный с ним стаж работы. С возрастом физические возможности работников снижаются, поэтому желание к различного рода передвижениям уменьшается. Именно в период расцвета физических и интеллектуальных способностей трудовые перемещения работников являются наиболее интенсивными, поэтому нельзя не учитывать высокий уровень социальных претензий молодежи, большую значимость для неё карьерного роста, перспективности профессий и других признаков склонности молодых работников к трудовым перемещениям.

В ресторанном же бизнесе, в отличие от промышленных предприятий, отсутствует карьерная лестница, либо она слишком мала. Поэтому для закрепления работников на предприятии нужно прибегать к иным методам мотивации и стимулирования персонала. Следует признать, что стандартные методы стимулирования, такие как материальное стимулирование, работают и в данной отрасли, но, всё же, это не заменит карьерную лестницу и для многих работников деньги – не самый важный фактор. Работник просто не видит перспектив. Также занятие одной и той же должности и выполнение одних и тех же обязанностей в течение нескольких лет приводят к моральному истощению работника, снижению его производительности и увеличению риска его добровольного ухода с предприятия. Поэтому необходимо прибегать к иным методам стимулирования.

В ходе анализа системы управления персоналом различных ресторанов удалось выявить следующие основные приоритетные направления её совершенствования: совершенствование процедуры адаптации персонала; совершенствование организации

расстановки персонала; совершенствование мотивации и стимулирования труда; введение более эффективных методов обучения; формирование корпоративного духа работников.

Каждое из предложенных направлений предполагает разработку определенного комплекса проектных мероприятий, которые необходимо рассмотреть наиболее подробно.

### 1. Совершенствование процедуры адаптации персонала.

Для каждого вновь пришедшего молодого работника необходимо подготовить документ, который поможет молодому работнику быстрее адаптироваться на предприятии. Он должен включать общее представление о предприятии, его цели, приоритеты, традиции, данные о руководстве, внутренних отношениях, сведения об оплате труда и экономических факторах (стоимость оборудования, ущерб от прогулов, опозданий, несчастных случаев), его обязанности и ответственность и прочую информацию.

Важную роль в оптимизации процессов социально-производственной адаптации работников играет движение наставничества. К каждому вновь принятому молодому рабочему необходимо в 3-5-дневный срок прикрепить наставника из высококвалифицированных рабочих, имеющих способности к воспитательной работе.

Данное мероприятие поможет новым работникам адаптироваться в кратчайшие сроки и начать работать в полную силу.

### 2. Совершенствование мотивации и стимулирования труда.

Введение программы материального поощрения за работу: «Лучший сотрудник квартала», «Лучший сотрудник года». Такая программа достаточно эффективная. С психологической точки зрения работнику приятно услышать благодарность за свой труд. Именно уважение к сотруднику и вежливое обращение создают благоприятный климат для работы. Звание, например «Лучший сотрудник квартала», и денежное вознаграждение будут стимулировать его еще больше проявить себя. А также будет стимулировать и других работников, поскольку всегда интересно знать, на что ты способен, хочется услышать что-то приятное, чтобы тебя поставили в пример. Именно благодаря такому комплексу поощрений (материальное и нематериальное) работа приносит максимальное удовольствие для служащего, тем самым и результат его деятельности будет положительным.

### 3. Применение ротации работников.

Ротация работников призвана обеспечить более обоснованный подбор, расстановку, обучение и продвижение кадров применительно к конкретным условиям производства. При выполнении работником одних и тех же операций в течении долгого времени работник быстрее утомляется, происходит моральное истощение. Ротация и смена деятельности позволяют снять это напряжение. Итогом качественно проведенной ротации также является приток инноваций в действующие механизмы управления, оптимальное использование

работников ресторана, укрепление взаимодействия между структурными подразделениями, выработка совместного решения перспективных и текущих задач и, как результат, повышение эффективности функционирования отдельных структурных подразделений и ресторана в целом.

4. Формирование корпоративного духа работников ресторана и мониторинг социально-психологического климата в коллективе.

Мониторинг организационного климата позволяет своевременно выявлять и предупреждать негативные явления в социально-психологической культуре компании. Чаще всего для этого используются такие инструменты, как периодические опросы и исследования удовлетворенности персонала.

Хорошее настроение работников может повысить производительность их труда на 5-10 % от среднего уровня, а плохое настроение снижает производительность на такую же величину. Следовательно, только в зависимости от настроения работника производительность труда может колебаться в пределах 10-20 %.

Ответственность за уровень текучести лежит на сотрудниках службы персонала и линейных руководителях. Первые отслеживают и контролируют показатели, изучают причины, организуют и контролируют эффективность процесса управления текучестью. Задача менеджеров по персоналу – понимать и работать с тенденциями, принимать решения и рекомендовать изменения на уровне политик компании. Управленцы несут ответственность за удовлетворенность персонала и мотивационный климат в коллективе. Задача руководителя, который ежедневно общается с сотрудником – запрашивать и выслушивать его мнение, отслеживать и понимать настроение, своевременно предпринимать меры по сохранению ценного для ресторана работника.

#### **НДС во внешнеэкономической деятельности. особенности и перспективы**

П.А. Соломанина

Научный руководитель

ЭНС-908-О

Л.А. Родина

Не секрет, что любое государство заинтересовано в развитии внешней торговли. Положительное сальдо торгового баланса способствует росту национальной экономики, влияет на статус государства в мировой политике, ускоряет интеграцию страны в мировые экономические отношения, увеличивает приток иностранной валюты и улучшает платежный баланс.

Однако, увеличение экспорта не возможно без безусловно отрегулированной налоговой системы. Особую сложность для экспортеров составляют вопросы исчисления

НДС, возмещения его из бюджета и оформление за 180 дней пакета документов, подтверждающего обоснованность применения нулевой ставки.

При этом плательщиками НДС при ведении внешнеэкономической деятельности (ВЭД) признаются лица, осуществляющие перемещение товаров через таможенную границу Таможенного союза (ТС) (ст. 143 НК РФ). Согласно ст.79 ТК ТС плательщиками рассматриваемого НДС являются декларант или иные лица, на которых возложена обязанность по уплате данного налога.

Выделяя особенности налогообложения НДС при ведении ВЭД, следует отметить, что на данную категорию налогоплательщиков не распространяется льгота в виде освобождения от уплаты НДС, установленная ст. 145 НК РФ.

В зависимости от того экспортные или импортные операции совершает налогоплательщик отличаются и комплекты документов<sup>43</sup> необходимые для перемещения товаров через границу РФ, Таможенного Союза (таблица 1).

Таблица 1.

| Документы предоставляемые налогоплательщиком при вывозе товара с таможенной территории ТС (экспорте)   | Документы предоставляемые налогоплательщиком при ввозе товара на таможенную территорию ТС (импорте) |
|--|---|
| <b>Паспорт сделки</b>  |   |
| <b>Контракт о заключении внешнеэкономической сделки</b>  |   |
| <p style="text-align: center;"><b>Товаросопроводительные документы:</b></p> <p>Счет-фактура (Инвойс) Упаковочный лист</p>  |   |
| <p style="text-align: center;"><b>Транспортные документы:</b></p> <p>Международная транспортная накладная (CMR) или товарно-транспортная накладная (ТТН), Книжка МДП (CARNET TIR) и свидетельство о допущении транспортного средства к международным перевозкам, при отправке автомобильным транспортом.<br/>Железнодорожная или авиа накладная, коносамент.</p> |   |
| <p style="text-align: center;"><b>Документы, предъявляемые при контроле ввозимых товаров со стороны других гос. органов (кроме таможенных)</b></p> <p>Например, лицензия Министерства торговли РФ - если товар подлежит лицензированию или разрешение органов внутренних дел - при ввозе оружия не военного назначения.</p>                                      |   |

<sup>43</sup> [http://www.sttb.ru/customs\\_services/description/](http://www.sttb.ru/customs_services/description/) - STT Broker Таможенное оформление грузов

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Документы, подтверждающие право владения грузом:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- договор купли-продажи;</li> <li>- счета-фактуры;</li> <li>- товарно-транспортные накладные;</li> <li>- документы, подтверждающие факт оплаты;</li> <li>- ГТД (если товар иностранного происхождения).</li> </ul> <p><b>Другие документы, предъявляемые при таможенном оформлении вывозимых товаров:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Калькуляция себестоимости (по запросу таможенных органов);</li> <li>- Транспортный договор, документы, подтверждающие транспортные расходы (если того требуют условия поставки);</li> <li>- Страховой полис (если по договору предусмотрено страхование груза);</li> <li>- Описание товара (для определения или подтверждения кода ТН ВЭД)</li> </ul> | <p><b>Документы контроля за доставкой товара:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Документ контроля за доставкой (ДКД);</li> <li>- Книжка МДП (CARNET TIR).</li> </ul> <p><b>Сертификат происхождения товара:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- по форме «А»;</li> <li>- по форме «СТ-1».</li> </ul> <p><b>Документы, подтверждающие расчеты между продавцом и покупателем товара (если предусмотрена предоплата).</b></p> <p><b>Документы, подтверждающие расходы по транспортировке и страхованию товара, иные расходы.</b></p> <p><b>Документы, подтверждающие таможенную стоимость товаров.</b></p> |
|--|---|

Таким образом, для осуществления операций, как импорта, так и экспорта требуется весьма значительный комплект документов. Для применения же нулевой ставки по экспортируемым товарам необходимо предоставить в налоговые органы:

- контракт,
- таможенную декларацию с отметками таможенного органа, осуществившего выпуск товаров в процедуре экспорта и таможенного органа по месту убытия,
- транспортные и товаросопроводительные документы с отметками таможенных органов по месту убытия, подтверждающие вывоз товаров за пределы единой таможенной территории ТС.

При этом, по словам зам. начальника Управления налогообложения ФНС России Сатина Д.С., «действующее налоговое законодательство устанавливает довольно комфортные правила представления документов, подтверждающих обоснованность применения нулевой ставки, — вместе с налоговой декларацией<sup>44</sup>. Для сбора этих документов отводится срок — 180 дней. До этого момента обязанность уплаты налога при реализации товаров на экспорт или услуг по международной перевозке отсутствует».

Однако, говоря о комфорте для налогоплательщика необходимо учесть, что само дублирование документов, предоставляемых сначала таможенным органам, а затем и в налоговую инспекцию, доставляет лишь дополнительный дискомфорт экспортерам.

---

44 «Об НДС в прямом эфире» / «Налоговая политика и практика». №12 (120) декабрь 2012

Важно отметить, что работа в данном направлении ведется. В настоящее время применяется электронное таможенное декларирование. Налоговое законодательство также предоставляет возможность использования документов в электронной форме. Допустимы три способа их представления: по установленным ФНС России форматам; в виде скан-образов документов, составленных на бумажных носителях; в виде скан-образов распечаток электронных документов. При этом заверение таких документов осуществляется усиленной квалифицированной электронной подписью.

По импортным операциям объектом налогообложения НДС признается ввоз товаров на таможенную территорию России (подп. 4 п. 1 ст. 146 НК РФ). Уплата налога в этом случае производится таможенным органам в составе общих таможенных платежей (подп. 3 п. 1 ст. 70, 84 ТК ТС, п. 1 ст. 174 НК РФ). До момента оплаты НДС при импорте таможня не впустит товар на территорию России. В случаях, когда товар ввозится из страны, с которой заключен международный договор об отмене таможенного контроля и таможенного оформления (со странами – участницами ТС), НДС уплачивается налоговым органам (п. 1 ст. 152 НК РФ).

В случае экспорта объект налогообложения напрямую не определен в ст. 146 НК РФ. Однако в совокупности со ст. 147 НК РФ возникает ситуация косвенного указания на объект налогообложения, который попадает под нулевую ставку (п. 1 ст. 164 НК РФ). Данная ситуация нарушает принцип определенности элементов налогообложения (п. 6 ст. 3 НК РФ), что в условиях рыночной экономики является недопустимым.

Поскольку 0% ставка по НДС установлена законодателем в отношении экспортируемых товаров, в законе не указывается процедура исчисления НДС по вывозу товаров с таможенной территории ТС, однако, у налогоплательщика сохраняется возможность возмещения входного НДС из бюджета, что предполагает наличие расчета (ст. 176 НК РФ).

В отношении импортных операций, необходимо отметить, что суммы НДС, уплаченные при ввозе товаров на территорию России, не всегда принимаются к вычету. В некоторых случаях они включаются в стоимость товаров. Данная особенность затрагивает налогоплательщиков, использующих ввозимые товары в операциях, освобождаемых от НДС (ст. 149 НК РФ), в операциях по реализации товаров (работ, услуг), местом реализации которых не признается территория РФ, а также в случае, если операции не являются объектами налогообложения НДС в соответствии с п. 2 ст. 146 НК РФ.

Также права на вычет НДС уплаченного при ввозе товаров на территорию России не имеют лица, не являющиеся плательщиками НДС в соответствии с НК РФ, а также лица, освобожденные от исполнения обязанностей налогоплательщика по исчислению и уплате

этого налога. В ситуации же когда налогоплательщик имеет право на вычет, возможность воспользоваться данным правом появляется у него после принятия на учет данных товаров (ст. 172 НК РФ).

В случае, когда дальнейшая перепродажа товара не состоялась, рассматриваемый НДС перестает быть косвенным налогом, и его суммы, фактически уплаченные при пересечении границы, не включаются в расходы, принимаемые к вычету при исчислении налога на прибыль организаций (п. 1 ст. 170 НК РФ).

Рассматривая объекты, не подлежащие налогообложению НДС, при осуществлении импортных операций указанные в ст. 150 НК РФ, следует отметить, что перечень их также является закрытым и весьма ограниченным. Однако, для повышения качества жизни граждан, а также для стимулирования бизнеса к введению самых передовых технологий, было бы весьма полезно дополнить данную норму перечнем товаров, являющихся последними достижениями в сфере компьютерной техники, экологически безопасного автомобилестроения, машиностроения. Это бы позволило России более эффективно и быстро войти в состав экономически развитых стран.

Рассматривая **перспективы совершенствования** налогообложения НДС во внешнеэкономической деятельности, следует выделить следующие направления.

В сфере **нормативного регулирования** необходимо системно и комплексно подойти к главе 21 НК РФ, её нормы должны быть понятными и удобными к применению налогоплательщиками. В этой связи, представляется более удобной перегруппировка статей с учетом особенностей различных групп налогоплательщиков (например, отдельная регламентация для экспортеров, импортеров и налогоплательщиков, осуществляющих внутреннюю торговлю).

В сфере **администрирования НДС при осуществлении внешнеэкономических операций** особое внимание необходимо уделить совершенствованию электронного документооборота, а также созданию качественно нового уровня информационного обмена между налоговой и таможенной службами. Данное направление находит свое отражение в Распоряжениях Правительства РФ от 29.06.2012 № 1125-р и № 1128-р, в которых утверждены «дорожные карты» — «Совершенствование таможенного администрирования» и «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта». Предлагается усовершенствованный механизм взаимодействия налогоплательщика-экспортера, налоговой и таможенной служб:

- 1) налогоплательщик проходит таможенное оформление;

2) ФТС России передает в ФНС России согласованный состав сведений из таможенных деклараций, сведений о факте ввоза или вывоза, прибытии (убытии) транспортных средств на территорию (с территории) РФ;

3) налогоплательщик в целях подтверждения обоснованности применения нулевой ставки представляет в налоговый орган налоговую декларацию и определенный комплект документов.

Состав подтверждающих документов планируется изменить. В него, по-прежнему будут входить контракт, транспортные и товаросопроводительные документы, но обязательное наличие на них таможенных отметок предлагается отменить. Также вместо транспортных и товаросопроводительных документов налогоплательщик будет вправе представить реестр сведений из этих документов.

Также предусматривается проведение мероприятий по совершенствованию валютного контроля с использованием электронного обмена информацией между ФТС России, Банком России и уполномоченными банками, с целью исключения обязанности участника ВЭД представлять паспорт сделки в таможенные органы и копии таможенной декларации в уполномоченные банки.

Для оперативного обмена информацией о нарушениях налогового, валютного и таможенного законодательства, определения критериев отнесения организаций-участников ВЭД, попадающих под дополнительный таможенный и налоговый контроль, целесообразно создание совместной аналитической рабочей группы, состоящей из высококвалифицированных сотрудников данных ведомств.

Важным этапом совершенствования налогообложения НДС при ВЭД также является развитие налогового контроля и повышение его результативности посредством определения четких критериев законной и незаконной налоговой оптимизации, а также активное использование различных программно-информационных комплексов (ПИК), с помощью которых суммы налоговых платежей сопоставляются с финансово-экономическими показателями деятельности предприятий;

Среди **финансовых и политических проблем** в данной сфере особенного внимания заслуживают направления:

а) борьбы с незаконным пересечением товаров через таможенную границу Таможенного Союза, в целом, и Российской Федерации, в частности.

б) выявления и борьбы с коррупцией в области ВЭД;

г) повышения оплаты труда работников налоговых и таможенных органов.

в) создания оптимальных способов разрешения конфликтных ситуаций между таможенными органами и участниками ВЭД. В этой связи, по нормам ВТО в государствах

должны быть созданы специальные суды по таможенно-тарифным вопросам. В российской судебной системе функция разрешения подобных споров возложена на арбитражные суды, при этом целесообразным является включение в их структуру подразделений, занимающихся рассмотрением таможенно-правовых споров.

Таким образом, были выделены особенности НДС, уплачиваемого при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Представляется, что как НДС, уплачиваемый при ввозе товаров на территорию РФ, так и НДС при экспорте значительно отличаются от НДС, взимаемого при ведении внутренней торговли. В связи с чем, целесообразно перегруппировать статьи гл. 21 НК РФ, для удобства его исчисления и уплаты налогоплательщиками.

Также были предложены направления совершенствования рассматриваемого НДС, некоторые из которых уже указаны в «дорожных картах» Правительства РФ, другие еще предстоит обсуждать и реализовывать. Всё это важно для того, чтобы российские компании могли уверенно чувствовать себя на мировом рынке, зная, что за их спиной надежное налоговое законодательство и страна, заинтересованная в их развитии.

#### **Библиографический список**

1. «Об НДС в прямом эфире» / «Налоговая политика и практика». N'12 (120) декабрь 2012
2. Распоряжение Правительства РФ от 29.06.2012 N 1125-р (ред. от 26.03.2013) «Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") "Совершенствование таможенного администрирования"» {КонсультантПлюс}
3. Распоряжение Правительства РФ от 29.06.2012 N 1128-р (ред. от 26.03.2013) «О плане мероприятий ("дорожной карты") "Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта"» {КонсультантПлюс}
4. [http://www.sttb.ru/customs\\_services/description/](http://www.sttb.ru/customs_services/description/) - STT Broker. Таможенное оформление грузов (дата обращения 18.03.2013 г.)

#### **Методы построения системы риск- менеджмента в производственно-предпринимательской деятельности**

Ю.Д. Страмоусова  
гр. ЭЭМ-101-О-03

Научный руководитель  
А.Е. Миллер

Объективной причиной проявления рисков в деятельности производственной компании является неопределенность, так как заранее нельзя учесть и просчитать влияние всех факторов на конечные результаты ее деятельности. В процессе осуществления намеченных планов многие факторы могут непредсказуемо меняться. Поэтому предприятие

может нести потери на различных этапах производственного процесса. Вот почему одной из важнейших задач менеджмента должно быть постоянное совершенствование управленческих подходов и бизнес-процессов, последовательное развитие компетенций в управлении рисками с целью устойчивого управления событиями, связанными с неопределенностью.

Руководство организаций постоянно имеет дело с рискованной ситуацией, которую можно отнести к тому или иному виду риска. Рискованная ситуация – ситуация, которая возникает под воздействием различных условий, которые формируются за счет внешних (стихийные бедствия; государственная политика; изменение в законодательстве; поведение инвесторов, конкурентов, поставщиков, потребителей и др.) и внутренних факторов (наследие кризисов и вероятных потерь; реальное и воспринимаемое увеличение количества и качества рисков; задачи корпоративного управления; организационная структура; политика организации; личностные качества лидера и др.). Как видно, причины первые связаны с экономической, социальной, политической нестабильностью, изменением окружающей среды; вторые – с ростом самостоятельности организаций, осуществляющих предпринимательскую деятельность, и усложнением условий их функционирования. Каждая организация на практике формирует и реализует свою политику самостоятельно. Это увеличивает вероятность роста нерациональных управленческих решений в процессе выработки стратегии и тактики ее функционирования, что определяется ограниченностью располагаемых ресурсов при разработке и реализации управленческих решений, в том числе временных. Поэтому от степени обоснованности принимаемых решений, от учета реального состояния организации и ее потенциала зависят их выполнение и эффективность.

В качестве объекта исследования выбрано предприятие ООО «Нефтехимремонт». Предприятие ООО «Нефтехимремонт» является одним из дочерних предприятий ОАО «Газпромнефть-Омского Нефтеперерабатывающего завода» (ОНПЗ). Предприятие является коммерческой организацией. Целью создания предприятия является извлечение прибыли.

Предприятие ООО «Нефтехимремонт» выполняет следующие виды работ: ремонт, монтаж, демонтаж и пусконаладку оборудования, трубопроводов, металлоконструкций, аппаратов, регулирующей и запорной арматуры;

В ООО «Нефтехимремонт» работает 474 человека из них 384 человека рабочие и 90 руководители и специалисты.

Главным конкурентом предприятия ООО «Нефтехимремонт» в оказании строительно-монтажных работ в Омской области является предприятие ОАО «Омус-1».

Главным заказчиком предприятий ООО «Нефтехимремонт» является ОАО «Газпромнефть-ОНПЗ».

После оценки финансового состояния предприятия ООО «Нефтехимремонт» выявило, что текущее состояние организации можно оценить как «удовлетворительное». Риски имеющие прямое влияние на организацию, как внутренние, так и внешние не учитываются в рамках планирования и прогнозирования деятельности предприятия на будущие периоды. На предприятии полностью отсутствует система, направленная на управления и контроль рисков. Все риски в конечном счете влияют на результаты деятельности предприятия и требуют учета для успешного бизнеса.

Для построения эффективной системы управления рисками на предприятии ООО «Нефтехимремонт» за основу необходимо взять модель построения системы управления рисками. Таким образом модель построения эффективной системы управления рисками представляет комплекс мер, направленных на достижение оптимальной функционирующей системы управления рисками в целях своевременного выявления, анализа, и контроля за рисками предприятия.

Первым этапом после принятия решения руководством предприятия о формировании системы риск-менеджмент является назначение ответственного структурного подразделения за формирование и поддержание указанной системы – подразделения управления рисками. Служба риск-менеджмента должна заниматься оценкой реальных рисков, разрабатывать меры по их снижению и предупреждению. Так как риски, угрожающие деятельности предприятия ООО «Нефтехимремонт» не учитываются в рамках данной компании, необходимо назначить ответственного в службу риск-менеджмента.

Руководитель подразделения управления рисками – лицо, ответственное за координацию процессов управления рисками организации, в частности сбор и актуализацию информации о рисках, консультирование владельцев рисков по методологии управления рисками, обеспечение информацией заинтересованных лиц.

Владелец риска – руководитель подразделения, на стратегические или операционные цели которого оказывает прямое влияние данный риск. Владелец риска отвечает за идентификацию, оценку и мониторинг управления риском и должен быть назначен руководителем предприятия.

Система мер управления рисками (СУР) – совокупность процессов, методик, информационных систем, направленных на достижение целей и задач управления рисками.

Субъектами внутреннего контроля на предприятии ООО «Нефтехимремонт» должны являться директор, подразделение внутреннего контроля, служба по управлению рисками, а также сотрудники, ответственные за выполнение закрепленных за ними (внутренними документами предприятия) функций внутреннего контроля и управления рисками.

Система управления рисками должна включать в себя цели, задачи, принципы, приоритетные области в управлении рисками, классификатор рисков деятельности по введению реестра.

Для того чтобы система управления рисками на предприятии ООО «Нефтехимремонт» стала работоспособной, необходимо определиться с терминологией риск-менеджмента, провести диагностику рисков, оценить вероятность их возникновения и возможный ущерб, организовать управление рисками:

#### 1. Разработка понятийного аппарата.

Понятие «риск» может по-разному трактоваться субъектами риск-менеджмента в компании. Терминологическая путаница может затруднить восприятие проблемы подразделениями предприятия и будет препятствовать слаженной работе по ее решению. Поэтому наличие единой корпоративной технологии по риск-менеджменту крайне важно. Это позволит анализировать и контролировать риски, готовить рекомендации подразделениям в стандартизированной форме.

#### 2. Диагностика рисков.

На данном этапе идентифицируются все виды рисков, присущие ООО «Нефтехимремонт». Существует два подхода к выявлению рисков – консервативный и прогрессивный.

При консервативном подходе, который используется многими предприятиями, идентификация (диагностика) рисков проводится либо ежегодно, либо при необходимости. Как правило, в этом случае определение или оценка рисков происходит после наступления события, которое привело к убыткам. При таком подходе инвестиции в риск-менеджмент напрасны, поскольку управление рисками не является неотъемлемой частью процесса принятия решений.

Руководители многих предприятий считают, что преодолеть возможные рискованные ситуации будет легко. Не представляя себе опасности наступления того или иного рискованного события и масштабов его последствий, они не только систематизируют работу с рисками, но и вовсе игнорируют необходимость как-то защищаться от них. Так, многие предприятия реализуют товар с отсрочкой платежа, недооценивают опасность роста дебиторской задолженности. Немало компаний, выбравших такой способ продаж уже обанкротились. Если бы руководители этих компаний учли риск неоплаты счетов с отсрочкой платежа, выстроив стратегию работы с дебиторами с учетом данного фактора, проблем можно было бы избежать.

Прогрессивный подход предусматривает непрерывный процесс выявления рисков, в котором участвуют все субъекты управления рисками. Директор предприятия осуществляет

общую координацию. Таким образом на предприятии ООО «Нефтехимремонт» следуют применить прогрессивный подход по управлению рисками непрерывного выявления как внешних, так и внутренних рисков, несущих угрозу для предприятия.

В целом выявление рисков можно разбить на две стадии. Сначала происходит знакомство с общей картиной бизнеса: в организационной структуре предприятия выделяются подразделения или отделы, особенно подверженные рискам, и выявляются наиболее существенные риски. Далее анализируются отдельные подразделения и виды рисков, характерные для них.

Среди методов диагностики рисков выделить анкетирование, интервьюирование, экспертную оценку и аудит рисков.

Анкетирование проводится, как правило, на начальных этапах диагностики рисков. Его преимуществом является анонимность. По итогам анкетирования риск-менеджер анализирует полученные результаты и формируют групповые оценки рисков, проводит ранжирование рисков и выбирает наиболее значимые.

Интервьюирование – в ходе личного общения с сотрудниками можно более точно понять природу риска, что позволит сэкономить время при заключительном анализе и консолидации результатов. Когда невозможно или сложно провести точный математический расчет вероятности риска, в ходе интервью разумно задать рамки возможных ответов.

В процессе общения с сотрудником можно получить необходимую информацию о сбоях в системе внутреннего контроля, недостатках в работе отдельных служб, причинах, побудивших сотрудника принять то или иное решение. Выявив проблемные моменты, принимаются необходимые меры в части организации бизнес-процессов, ротации кадров, по изменению процедуры документооборота и пр.

Этот метод подходит для выявления рисков в отдельном подразделении, когда можно ограничиться небольшим количеством участников, или при повторной диагностики. Анализ результатов ведется по той же схеме, что и при анкетирование.

Экспертная оценка. К экспертной оценки прибегают для анализа конкретных бизнес-проектов. Поскольку оценка вероятности наступления негативного события отчасти субъективна, то лучше проводить опрос нескольких внутренних и, при необходимости, внешних экспертов. Если же нет единства мнений, то дополнительно привлекаются специалисты в данной области. Практика показывает, что эффективнее опрашивать экспертов, отдельно друг от друга. Это позволяет избежать влияния авторитета одного специалиста, более опытного и занимающего более высокую должность.

Привлечение профильных экспертов является главным условием успешной идентификации рисков. Если в выявлении и оценки рисков участвует команда, в которой нет специалистов, знающих специфику конкретной отрасли, то ни опросы, ни интервьюирование, ни составление карт бизнес-процессов не защитят компанию от того, что отдельные операционные риски просто не будут учтены.

Риск-аудит – суть данного метода состоит в получении информации о фактическом положении дел на основе проверок, ревизий, анализа. Таким образом, использование этого метода предусматривает оценку уже существующих процедур риск-менеджмента. Риск-аудит дает возможность выявить сильные и слабые стороны процедур и методов контроля, направления их дальнейшего развития. Этот способ весьма эффективен, когда критические ситуации и наиболее весомые риски нужно выделить в сжатые сроки.

### 3. Оценка рисков

После диагностики выявленные риски ранжируются по вероятности наступления и размеру возможного ущерба, выявленные риски оцениваются как количественно, так и качественно.

Для количественной оценки рисков применяются разнообразные статистические методы, имитационные модели, сценарные анализы.

Для качественной оценки возможных убытков предлагается шкала ущерба – от незначительного, малого, среднего, крупного – до значимого. Суммы материального ущерба, фигурирующие в шкале, меняются в зависимости от уровня допустимости рисков, принятого в конкретном подразделении компании.

### 4. Определение толерантности к рискам

После того, как риски выявлены и оценены, следует определить допустимый размер рисков, к которому предприятие готово на данном этапе своего развития, т.е. уровень толерантности. Обычно уровень толерантности определяется как наибольший риск, которые компания готова понести в ближайшее время. С развитием предприятия и изменения его стратегии этот уровень необходимо пересматривать.

Толерантность к рискам – не что иное, как склонность к риску тех менеджеров, которые несут ответственность за них.

### 5. Составление карты рисков

Выявленные, проранжированные и оцененные должным образом риски предприятия наносятся на карту рисков отдельных подразделений компании, описание их причин, вероятность возникновения, но и контрольные процедуры в отношении конкретных рисков, план действий и по их минимизации, а также ответственность сотрудников различных подразделений за управление рисками.

В практике многих российских предприятий случается, что при наступлении рискованного события анализом произошедшего и устранением последствий руководят те же сотрудники, которые должны быть ответственны за избежание риска. Такой сотрудник потратит больше времени и средства предприятия не на устранение последствий рискованного события, а на то, чтобы как можно более тщательно скрыть собственные ошибки.

Карты рисков выполняют и другую функцию. Они позволяют информировать сотрудников, участвующих в процессе принятия решений на всех уровнях управления, о текущем состоянии развития рисков.

Задача риск-менеджера предприятия ООО «Нефтехимремонт» должна заключаться не только в том, чтобы провести анализ, дать экономическую оценку рисков. Он должен предлагать мероприятия по минимизации последствий рискованного события, выработать позицию по отношению к тому или иному риску – принять его, либо уклониться.

Таким образом для построения эффективной системы управления рисками на предприятии ООО «Нефтехимремонт» необходимо:

1. Путем оценки финансового состояния предприятия выявить риски и отразить их на карте рисков. При оценке финансового состояния важно учитывать специфику, уникальность вспомогательных и обеспечивающих производств.

2. Для контроля за текущими рисками нужно создать и внедрить систему текущего мониторинга рисков, основанную на системе операционных риск-индикаторов в разрезе всех направлений деятельности компании.

3. Разрабатывается система управления рисками, позволяющая осуществлять профилактику их возникновения.

4. Следует отслеживать, насколько хозяйственная деятельность предприятия с учетом внедрения системы риск-менеджмента соответствует стратегическим целям, определенным руководством предприятия. Отслеживая развитие рисков, риск-менеджер постоянно обновляет каталог рисков, с которыми сталкивается предприятие и ее подразделения.

### **Проблемы потребительского кредитования в дополнительном офисе «Юбилейный» филиала ОАО «Газпромбанк»**

А.Р. Тимергалина  
гр. ЭФС-806-О

Научный руководитель  
А.В. Меньшенина

В дополнительном офисе «Юбилейный» филиала ОАО «Газпромбанк» складывается достаточно благоприятный климат кредитования физических лиц.

Проведя анализ потребительского кредитования, оценив динамику объема выданных потребительских кредитов, мы пришли к выводу о качественном осуществлении банком процесса предоставления кредитов физическим лицам. Несмотря на это, можно выделить ряд проблем, с которыми сталкивается банк, и решение которых позволит снизить издержки при кредитовании физических лиц, и как следствие, увеличить прибыль от этого направления деятельности.

Первой проблемой, с которой сталкивается банк – высокий уровень операционных затрат. Специалисты Сектора кредитования физических лиц консультируют каждого клиента, который обращается за кредитом, рассматривают каждую заявку клиента на получение кредита, рассчитывают сумму к уплате по просьбе клиента вне зависимости от конечного решения по кредиту (клиент может отказаться от потребительского кредита из-за высокой ставки процента, ему может быть отказано в предоставлении кредита).

Решение такой проблемы возможно с использованием Интернет-технологий. Многие крупные банки, предоставляющие кредиты физическим лицам, размещают на сайтах программу «Он-лайн калькулятор». Каждый банк имеет свои особенности при расчете потребительских кредитов, поэтому будет целесообразна разработка собственного калькулятора.

«Он-лайн калькулятор» для потребительского кредитования позволит рассчитать график платежей, сумму ежемесячных платежей, сумму процентов за кредит. Если клиент будет удовлетворен условиями кредита, он может заполнить «он-лайн анкету», содержащую данные «он-лайн калькулятора», а также дополнительные данные, которые требуются банку. В случае принятия банком положительного решения в выдаче потребительского кредита, кредитный специалист сообщает заемщику о том, какие документы необходимо предоставить в банк.

Для внедрения данного проекта банку необходимо создать сервер с защитной базой, провести работы по размещению данного сервера на официальном сайте ОАО «Газпромбанк» и выделить средства на его обслуживание.

В результате уже на первых стадиях процесса происходит дифференциация потенциальных заемщиков, не требующая личного присутствия специалиста, и как следствие, дополнительных операционных затрат. Кроме того число клиентов, обращающихся к данному серверу не ограничено, поскольку работа ведется автоматически.

Другой проблемой является ограниченность клиентской базы работниками организаций, с которыми реализован «зарплатный проект». Потребительский кредит для физических лиц предоставляются исключительно работникам ОАО «Газпром», работникам газовой, нефтяной, тяжелой промышленности, работникам предприятий, использующих

зарплатные карты ОАО «Газпромбанк», работникам предприятий-партнеров ОАО «Газпром».

Вместе с тем, кредитная политика банка предполагает возможность получения кредита лицами, не относящимся к работникам газовой, нефтяной и иной промышленной деятельности. Для таких категорий предусмотрены свои программы и условия получения потребительского кредита.

Для расширения клиентской базы банку необходимо провести рекламную кампанию, которая будет нацелена на привлечение дополнительных категорий граждан.

Возможные варианты распространения информации о ставках и условиях предоставления кредитов физическим лицам: радиореклама; информация на рекламных щитах города Омска.

Для осуществления рекламной кампании необходимы затраты, которые составят:

1. радиореклама – при ценовом диапазоне 5-42 тыс. руб. за трансляцию 1 рекламного аудио-спота на радиостанции в зависимости от времени выхода в эфир. 7 трансляций в месяц - общая стоимость 50-60 тыс. руб.

2. информация на рекламных щитах – размещение на трех билбордах города размером 3х6 м. составит 30-40 тыс. руб. в месяц.

Всего для осуществления рекламного проекта потребуется от 80 до 100 тыс. руб. в месяц. Для компенсации предполагаемых затрат банку необходимо выдать, например, кредит на потребительские цели под залог акций ОАО «Газпром», на сумму от 600 до 700 тыс. руб.

Результатом осуществления рекламной кампании станет привлечение дополнительных клиентов, получение банком дополнительной прибыли.

Также дополнительный офис сталкивается с проблемой недоступности достоверной информации о реальных доходах заемщика.

В связи с этим необходимо оценивать риски невозврата потребительского кредита по развернутой шкале факторов.

Основным документом, подтверждающим денежные доходы заемщика является справка о доходах физического лица по форме 2-НДФЛ с места работы. Проблема состоит в том, что для граждан, занятых в сфере малого бизнеса, весьма легко предоставить недостоверные данные в этой справке.

Следовательно, необходима дополнительная проверка и подтверждение размера дохода из надежных источников, которыми являются:

1. Данные персонифицированного учета в Пенсионном фонде РФ, которые содержат сведения о фактической заработной плате по всем местам работы.

2. Данные о доходах, предоставленные работодателем в налоговую инспекцию в связи с уплатой налога на доходы физических лиц.

О платежеспособности заемщика можно судить не только по величине подтвержденных доходов, но и по уровню расходов.

Отдых за рубежом подтверждается отметками в заграничном паспорте о пересечении границы. Следует принимать во внимание страну посещения, поскольку от этого существенно зависят средние расходы, связанные с поездкой.

Приобретение крупной бытовой техники может быть подтверждено гарантийными талонами и документами на доставку, в которых указывается покупатель, а также сумма затрат.

Расходы на платное образование детей и платное медицинское обслуживание также характерны для граждан, доход которых превышает определенный уровень.

Таким образом, банк может определить, что источниками выплат по потребительскому кредиту в случае неплатежеспособности заемщика могут быть будущие доходы от трудовой деятельности, продажа имущества физического лица.

Если заемщик предоставит необходимые данные, запрашиваемые банком, это положительным образом повлияет на оценку кредитоспособности физического лица, а также на снижение кредитного риска банка. Это в свою очередь будет свидетельствовать об эффективной деятельности в области потребительского кредитования.

Конкурентные преимущества банка по потребительскому кредитованию в результате внедрения данных мероприятий проявятся в сокращении операционных издержек, получении достоверной информации о доходах заемщика, а также к увеличению потенциальных клиентов банка.

### **Тема налогообложения в трудах русских ученых-экономистов**

В.В. Трутаева

Научный руководитель

ЭЭБ-205-О

Н.В. Миллер

Труды Ф. Кенэ, А. Смита, Д. Рикардо положили начало формированию классической теории налогообложения, провозгласившей фундаментальные принципы налогообложения, реализуя которые национальные налоговые системы способны двигаться к оптимальному варианту.

Обоснование налогов как одного из воспроизводственных факторов содержится в работах зарубежных и русских экономистов начала XVIIIв.. Позже эту идею в России развили известные налоговеды Н.И. Тургенев, И.Х. Озеров, И.И. Янжул и др.

Сколько веков существует государство, столько же существуют и налоги и столько же экономическая теория ищет принципы оптимального налогообложения.

Налог – элемент общественного бытия. Первые упоминания о налоге мы находим в философских трактатах античных мыслителей. На заре человеческой цивилизации философы трактовали налог как общественно необходимое и полезное явление, несмотря на то, что известные им налоговые формы были варварскими. По мере общественного развития налоговые формы постепенно менялись, приближаясь к их современному содержанию.

Восприятие необходимости налога как такового позволило классикам экономической мысли более 300 лет назад сформулировать фундаментальные принципы налогообложения и определения налога в качестве "жертвоприношения", "добровольно отдаваемых наложений", "страховой премии", "платы за общественные услуги" и др.

Исследование Николая Ивановича Тургенева "Опыт теории налогов" является одной из наиболее значительных научных работ первой половины XIX века, в которой содержится теоретическое исследование основ налоговой и денежной системы России того периода.

По сути, это первая работа, посвященная проблемам становления налоговой политики, основ финансовой системы России. В своей книге Н.И. Тургенев уделяет много внимания налоговым системам зарубежных стран. Этот факт сам автор объяснял тем, что писал работу "вне России". Эта особенность "Опыта теории налогов" проявляется в том, что через негативные примеры европейских государств автор дает по существу критику налоговой системы феодальной России. Понятно, что по цензурным и политическим соображениям он не мог написать об этом открыто. Теория налогов излагается у Н.И. Тургенева с экскурсами в область политики. Эффективность налоговой системы он связывает со степенью реализации политических свобод, с идеей парламентаризма. Автор подмечает, что в республиках в отличие от деспотических государств налоги платятся охотнее.

Озеров Иван Христофорович (1869–1942), основное направление научной деятельности – проблемы налогового обложения. Налоговую систему Озеров рассматривал как своего рода «рефлекс экономической жизни», идеалом для России считал налоговую систему Англии и Германии, осуждал использование правительством таких источников государственных доходов, как винная монополия, косвенные налоги, выступал против лотерей и выигрышных займов. Предлагал взимать подоходный налог с умеренной прогрессивной шкалой, требовал ввести государственный и общественный контроль за расходованием средств из государственного бюджета, систему казенных поставок и подрядов, а также т.н. негласные бюджеты.

На протяжении всей истории человечества складывалась система налогообложения. Если сначала налоги взимались в виде различных натуральных податей и служили

дополнением к трудовым повинностям или формой дани с покоренных народов, то по мере развития товарно-денежных отношений налоги приобрели денежную форму. Средневековый философ Фома Аквинский, определил налог как "дозволенную форму" грабежа, не отрицая, правда, существования "грабежа без греха", когда собранные платежи употребляются на "всеобщее благо". Возможно, такой подход теолога к сугубо финансовым проблемам вытекал из его религиозного постулата, что "всяческое зло может быть возведено к некоторой благой причине. Бесспорно, полностью отрицать возвратность "налога вообще" было бы абсурдно. Так или иначе, казна удовлетворяет многочисленные общественные потребности.

Процесс совершенствования налоговой системы бесконечен, так как каждый новый этап в развитии общества имеет свои приоритеты экономического развития, что требует адекватного решения проблем взаимодействия хозяйствующих субъектов с государством.

Сложный механизм налогообложения так или иначе должен приспосабливаться и к новому уровню производительных сил, и к постоянно изменяющейся практике хозяйствования.

### **Вклад Н.И. Тургенева в развитие науки о налогах**

В.Е. Трухина  
ЭЭБ-205-О

Научный руководитель  
Н.В. Миллер

В первой половине XIX в. финансовая мысль России сформировалась в самостоятельную науку, занявшую достойное место общей системе наук. Россия отстала от европейских стран в экономическом и социальном развитии. В то же время тесные экономические и политические контакты не могли не влиять на развитие передовой мысли.

Война с Наполеоном, поход русской армии в Европу не могли не привести к росту социального самосознания участников событий. Следствием этого процесса и явилось движение декабристов. С появлением на исторической арене декабристов экономическая мысль обогащается критическими работами, направленными против существующих производственных отношений, т. е. против крепостного строя. Финансовая наука России обязана декабристам появлением первой фундаментальной работы «Опыт теории налогов» написанная молодым человеком Николаем Ивановичем Тургеневым. Н.И Тургенев был видным экономистом, работал совместно с адмиралом Н.С. Мордвиновым в Государственном совете, а позднее в министерстве финансов. Он был первым организатором первой тайных обществ декабристов, за что заочно был приговорен к смертной казни. История экономической науки знает много случаев, когда ученые разных стран одновременно обращались к исследованию одной проблемы.

Вышеуказанная книга вышла в 1818г. Санкт-Петербурге. Годом раньше, в 1817г., в Лондоне была опубликована книга Д. Рикардо, уже известного бизнесмена и экономиста, «Начала политической экономии и налогового обложения». И Рикардо, и Тургенев развивают идеи А.Смита, изложенным им в «Исследовании о природе и причинах богатство народов», но каждый делает это по-своему. Их научная судьба, равно как и судьба их книг оказались разительно не похожими, отражая политический и экономический строй Англии и России. Рикардо стал членом парламента, Тургенев – политическим изгнанником; в науке Рикардо стал общепризнанным представителем классической политической экономии, Тургенев – малоизвестный даже в России ученый - финансист; книгу Д. Рикардо изучали не только в Англии, но и на континенте, и в Америке, а экземпляры книги Н.И. Тургенева в России разыскивали и уничтожали.

Н.И.Тургенев в своей работе (1818) сделал первую попытку системного изложения теории налогов, которая была основным объектом исследования европейской финансовой науки того времени. Второе издание книги в 1819г. подтвердило востребованность ее проблем, тем самым вызвав большой общественный интерес к этому изданию, тем более что книга была написана хорошим научным литературным языком, доступным для грамотного налогоплательщика.

Вся работа проникнута идеей, как облегчить бремя налогообложения в России, найти способы его снижения, хотя напрямую Н.И Тургенев практически не использовал фактический отечественный материал. Книга была написана в Париже, где автор мог воспользоваться финансовой литературой Франции, Англии, Пруссии. В России такая литература отсутствовала, статистика была не развита, статданные Минфины России носили строго секретный характер. Выводы, сделанные Н.И Тургеневым, были актуальны для России. Прошло время, и в России была отменена подушная подать, против которой он резко выступал. Ликвидирована откупная система и замена государственной системой взимания налогов, преимущества которой доказывал Н.И.Тургенев. Отменены или снижены налоги на потребление, прежде всего на предметы первой необходимости, что Н.И Тургенев считал одной из первоочередных мер по снижению налогового бремени бедных слоев общества. Н. Тургенев рассматривал налоги как объективную экономическую категорию, появление которой связано с возникновением государства, и считал налоги основным источником доходов государства. Он изложил свое понимание принципов налогообложения (главным правилам), проанализировал источники и разные виды (роды) налогов, методы их собирания и уравнения, показал общее действие налогов. Н. Тургенев считал необходимым обеспечение равного распределения налогов соразмерно платежеспособности населения, обосновал необходимость привлечение к обложению дворян и духовенства. Н. Тургенев

подчеркивал, что правительству необходимо стремиться отклонять насколько возможно тяжесть налогов от простого народа, который не в состоянии их платить. Он исходит из предпосылки, что истинные выгоды государства отнюдь не сводятся к стремлению правительства к получению наибольшего дохода. Для достижения этой цели и предназначались выдвинутые им принципы (правила): равное распределение налогов, определенность налогов, сбор налогов в удобное время, «дешевое» соби́рание налогов. Кроме указанных четырех правил взимания налогов, Н.Тургенев выдвигает общее правило, согласно которому налог должен взиматься с чистого дохода, а не с самого капитала.

Другая важная заслуга Н.Тургенева в том, что он впервые в русской финансовой науке дает теоретическое обоснование деления налогов на прямые и косвенные. Он точно выделял налоги «налагаемые на лицо» и «на недвижимый капитал». Непрямыми (косвенными, по современной терминологии), налогами Тургенева называет те, которые налагаются: «на товары, в цене коих заключается вместе и налог, так что тот, кто покупает товар, платит вместе с ценою и подать. Сии налоги называются также налогами с потребления».

У Н. Тургенева оно совпадает с сегодняшней концепцией. Его классификация налогов может быть названа квалификацией по объектам обложения. К прямым налогам относится подушная (поголовная) подать, подати с патентов, с капиталов, поземельная, с домов, с дверей, окон, подать со слуг, с экипажей и т. д. Однако для дальнейшего анализа Н.Тургенев вводит другой классификационный признак – источник налога. Он выделяет три источника доходов (доходы от земли, с капиталов и доходы от работы), которым соответствуют пять групп налогов: с доходов от земли; от капиталов; с самих капиталов; с доходов от заработной платы; налоги, падающие на все источники доходов без различия. Н.Тургенев анализировал каждую группу налогов. Однако наиболее ценным является методологический подход Н.Тургенева к анализу налогов и его теоретические выводы.

Н.Тургенев акцентирует внимание на недостатках тех налогов, которые применялись в России, и показывает преимущества налогов, которые считает наиболее прогрессивным. При этом не ограничивается доказательствами описываемого времени, но привлекает данные о Риме и Греции, выясняя влияние налога на весь хозяйственный механизм общества.

Налоги с доходов от земли Н. Тургенев делит на две группы - налоги взимаемые с чистого дохода и с валового дохода (по его терминологии – со всего прихода). До Н.Тургенева в отечественной литературе никто не принимал термина «чистый доход», которому дается следующее определение: «Под названием чистого дохода от земли разумеется та часть прихода, которую получает владелец земли, за вычетом всех издержек, нужных для обрабатывания оной и для соби́рания производимых растений или плодов». По существу это определение мало чем отличается от определения чистого дохода в

современных условиях. Указав, что налог может взиматься либо в постоянном размере, либо в виде «переменяющейся подати», Н. Тургенев верно отмечает, что первая система (система твердых ставок, по современной терминологии) «не препятствуют употреблению новых капиталов» для совершенствования земледелия. Не давая определения ренты, тем не менее, Тургенев предлагает учитывать рентные доходы при обложении налогов.

У Тургенева приводится очень ценная мысль о влиянии налога на уровень потребления - если покупатель платит повышенную цену за товар, который обложен налогом, то он сокращает потребление и других товаров (поскольку уменьшается общая его покупательная способность). Он идет еще глубже, устанавливая влияние налогов на реальную зарплату. И наконец, Тургенев приходит к выводу о непроизводительном характере государственных расходов, что уменьшает богатство (отмечает, что лишь часть расходов государства носит непроизводительный характер). Завершается работа главой, в которой бумажные деньги трактуется как налог. Логика Тургенева безупречна - если количество денег в обращении (речь идет только о бумажных деньгах) превышает потребности обращения, то это приводит к снижению цены денег. Убыток, причиняемый в этом случае народу: «есть не что иное, как налог, и притом налог весьма неравно разделенных между гражданами». Таковы в общих чертах воззрения Н.Тургенева на денежные налоги.

Таким образом, учение Н.И Тургенева, в современном обществе являются актуальными. Многие его правила взимания налогов применяются в наше время.

### **Проблемы стратегического планирования в деятельности предпринимательских структур**

В.Н. Тюкалова  
ЭЭМ-202-О-01

Научный руководитель  
А.Е. Миллер

Эффективное функционирование российских предпринимательских структур и их конкурентоспособность в значительной степени определяется существующими системами стратегического планирования. Однако, рассматривая данный аспект, становится очевидным, что данный вид планирования крайне редко используется в деятельности предпринимательских структур. «Опрос 300 российских менеджеров и руководителей компаний (2005-2006 г.г.) показал, что более 90% компаний не имеют стратегических планов вообще, либо имеют такие планы, которые нельзя назвать стратегическими, так как они не отвечают элементарным базовым требованиям к разработке стратегических планов».

Когда исследования по внедрению стратегического планирования проходили за рубежом были выявлены три проблемы: паралич анализа, сопротивление и отказ от планирования. Через несколько лет проблемы были решены следующим образом, было доказано, что

стратегическое планирование должно применяться в комплексе с планированием возможностей руководства и управлением общим процессом стратегических изменений. Только тогда оно по-настоящему эффективно.

На данный момент времени, можно выделить пять возможных проблем в основе управленческой деятельности российских предпринимательских структур в рамках процесса стратегического планирования: поверхностный подход к прогнозированию; некачественное распределение ресурсов; частичное применение адаптации к внешней среде; - слабая внутренняя координация; неосознание организационных стратегий.

Поверхностный подход к прогнозированию развития внешней среды предпринимательской структуры – основная ошибка при формировании стратегии. К сожалению, не представляется возможным предсказать все возможные факторы, которые будут оказывать влияние на развитие фирмы. Однако именно способность менеджеров прогнозировать будущее состояние внешней предпринимательской среды и сформировать на основе этого прогноза стратегию определяет устойчивость развития компании в среднесрочной и долгосрочной перспективе. В противном случае стратегия, которая является следствием единичного прогноза, не способна охватить весь спектр возможных условий ведения бизнеса. Как следствие, подобная стратегия достаточно быстро становится неэффективной, а на ее корректировку или разработку новой уходит время. В условиях неопределенности развития внешней среды наиболее эффективными являются сценарные методы прогнозирования и планирования.

Распределение ресурсов - данный процесс включает в себя распределение ограниченных организационных ресурсов, таких как фонды, дефицитные управленческие таланты и технологический опыт. Осенью 1987 г. компания «Филип Моррио» приняла решение реорганизовать свое отделение, «Дженерал Фудз», в чем многие увидели целенаправленные усилия по получению больших прибылей от гиганта пищевой промышленности, который был приобретен в 1985 г. Согласно новому плану, компания «Филип Моррис» разделила «Дженерал Фудз» на три отдельно действующие фирмы с намерением сократить большое число менеджеров и общефирменного персонала. Деньги, которые компания сэкономила путем исключения некоторых управленческих слоев, были заново инвестированы в данное отделение. В противном случае, если бы распределения не состоялось, отделение, «Дженерал Фудз», приносило бы ту же прибыль, хотя издержки с годами возрастали, в итоге, отделение пришлось бы закрыть, а персонал распустить.

Адаптация к внешней среде охватывает все действия стратегического характера, которые улучшают отношения предприятия с ее окружением. Предприятиям необходимо адаптироваться к внешним как благоприятным возможностям, так и опасностям, выявить

соответствующие варианты и обеспечить эффективное приспособление стратегии к окружающим условиям. Проникновение компании «Кока-Кола» на рынок бескофеиновых безалкогольных напитков представляет собой пример адаптации к окружающим условиям. Фирма потратила громадное количество времени на изучение внешних возможностей и опасностей, прежде чем предложить свою бескофеиновую продукцию. «Ройал Краун» первой ввела бескофеиновую колу «Ар Си 100» на рынок. Реакция потребителей, заинтересованных в «более здоровом» безалкогольном напитке, была обнадеживающей. Затем фирма «Пепси» предложила свой сорт - «Пепси-Фри». «Кока-Кола» выжидала, осторожно участвуя в конкуренции, и, наконец, выпустила на рынок ряд бескофеиновых напитков в ответ на явно меняющиеся потребительские требования. Если бы компания «Кока-Кола» сразу же выпустила свою продукцию на рынок, не изучив при этом внешних возможностей и опасностей, реакция потребителей была предсказуема, и, скорее всего, компания покинула бы рынок или осталась бы на уровне малоизвестной компании «Ройал Краун».

Внутренняя координация включает координацию стратегической деятельности для отображения сильных и слабых сторон предприятия с целью достижения эффективной интеграции внутренних операций. Обеспечение эффективных внутренних операций на предприятии является неотъемлемой частью управленческой деятельности. Когда Гарольд Джинин был одним из директоров «Интернэшнл Телефон энд Телеграф», он отвечал за объединение деятельности более чем 250 различных предприятий, в состав которых в то или иное время входили «Гриннел Кантин», «Хартфорд Файэр Иншурано» и «Авио». В противном случае, без эффективной интеграции внутренних операций Гарольд Джинин вряд ли смог бы объединить такое огромное количество компаний.

Осознание организационных стратегий - это деятельность предусматривает осуществление систематического развития мышления менеджеров путем формирования организации предприятия, которое может учиться на прошлых стратегических решениях. Способность учиться на опыте дает возможность предприятию правильно скорректировать свое стратегическое направление и повысить профессионализм в области стратегического управления. Устойчивый успех таких компаний, как «Ай Би Эм», «Дельта Эар Лайнз», «Истмен Кодак» и «Федерейтед Департамент Сторз», указывает на постоянное стремление руководства учиться на прошлом опыте и прогнозировать будущее. Если бы, руководство данных компаний обошло эту деятельность стороной вряд ли бы они сейчас были столь известны всему миру.

Современное предприятие, и особенно предпринимательские структуры, - это сверхсложная система, которой для успешного управления в нестабильных условиях

перехода к рынку, требуется предварительный анализ, как самого предприятия, так и внешней среды, и выработка последовательных действий по постановке и реализации целей. Тем самым просто необходимо применение качественного стратегического планирования в деятельности предпринимательских структур. Не используя преимущества стратегического планирования предпринимательские структуры и отдельные люди будут лишены четкого способа оценки цели или направления корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления предприятием.

### **Companies in the UK. Corporations in the USA.**

О.А. Фоменко  
гр.ЭЭБ-106-О

Научный руководитель  
Р.Г. Смелик

The basic economic institution in different economic systems is the business. Businesses determine much of how the economy operates. Businesses produce goods and services, and they come in every shape and size. Although the vast majority of the world's companies are small, in many countries the economy is dominated by large firms. Large businesses differ from small ones in a wide variety of ways. In many countries there are nationalised companies belonging to the state, as well as private companies. A private company might be a small firm with just one owner or a very large firm with thousands of shareholders "owning" the firm.

#### **Companies in the UK.**

- The most common type of a company in the United Kingdom is the limited liability company.
- Many of such companies are joint-stock companies owned by shareholders.
- Limited liability companies are divided into public and private ones.
- Only public companies may offer shares to the public at the stock exchange.

#### **Companies in the UK.**

- The names of such companies end in "plc" which stands for public limited company. For example: John & Michael plc.
- Private limited liability companies may not offer shares to the public.
- At the end of the name of such companies the word "Ltd" (Limited) is used.
- For instance: Wilson & Sons Ltd.

#### **Corporations in the USA.**

- Corporations are popular for some businesses in the United States of America.
- A corporation is owned by persons, called stockholders.
- stockholders usually have certificates showing the number of shares which they own.
- Each stockholder is liable only for the amount of their investment in the business.

### **Corporations in the USA.**

- Stockholders elect a director or directors to operate the corporation. Most corporations are closed corporations, with only a few stockholders.
- Other corporations are owned by many stockholders who buy and sell their shares at will.
- Usually they have little interest in management of corporations.

### **Corporations in the USA.**

- All the corporations created by state or federal law are to receive their charters from the authorities.
- The charters state all the powers of the corporation.
- The names of corporations end in “Inc”, which means Incorporated.

### **Advantages of a Limited Company are the following:**

**Separate Entity**- the company will exist beyond the life of its members. This ensures security for employees and is an advantage which other legal forms of business are not subject to.

**Ownership and Control** – the Directors are also usually the main shareholders. Both the ownership and control of the business remain in their hands. Decisions can be made quickly, allowing for a more successful business management platform.

**Employee Shareholders** – This is good as it rewards the employee’s for their work, providing extra motivation.

### **Disadvantages of a Limited Company we can mention:**

**Restricted Capital Raising** –PLCs can gain further funding by the sale of shares, but this ability is lost to Private Limited Companies.

**Complex Accounts** –The Company is expected to produce years accounts, balance sheets and other notes. this can be a time consuming and costly undertaking.

**Dilution of Powers** –sometimes disputes will arise between Directors and Shareholders as their ideas of what is best for the company vary. Sale of shares to increase company funds will further dilute the management.

### **Advantages of incorporation**

Incorporation offers certain advantages to a company. They are:

- 1) **Independent corporate existence**- because a company is a legal person.
- 2) **Limited liability**- the liability of members is limited by shares;
- 3) **Perpetual succession**- members may come and go, but the company will go on forever.
- 4) **Common seal**- the common seal acts as the official seal of the company.
- 5). **Transferable shares**- the shares should be capable of being easily transferred
- 6). **Separate property**- the company is capable of holding and enjoying property in its own name.

7). Capacity for suits- a company can sue and be sued in its own name.

8). Capacity for suits - a company is capable of attracting professional managers.

### **Disadvantages of incorporation**

- 1) Lifting of corporate veil- though for all purposes of law a company is regarded as a separate entity it is sometimes necessary to look at the persons behind the corporate veil.
- 2) Formality and expense- incorporation is a very expensive affair. It requires a number of formalities to be complied with both as to the formation and administration of affairs.
- 3) Company not a citizen- a company though a legal person is not a citizen neither under the provisions of the Constitution nor under the Citizenship Act.

**(To conclude , let's compare the UK and the USA. )**

### **Conclusion.**

In Britain most smaller enterprises are private limited companies which cannot offer shares to the public; their owners can only raise capital from friends or from banks and other venture capital institutions. A successful, growing British business can apply to the Stock Exchange to become a public limited company; if accepted, it can offer its shares for sale on the open stock market.

In America, there is no legal distinction between private and public limited corporations, but the equivalent of a public limited company is one registered by the Securities and Exchange Commission

### **Предоставление государственных услуг в социальной сфере (на примере Министерства труда и социального развития Омской области)**

А.Б. Хакимова

Научный руководитель

гр. ЭГС-809-О

А.М. Киселева

Государственные услуги в социальной сфере предоставляются посредством подведомственных учреждений Министерства труда и социального развития Омской области: территориальных органов Министерства труда и социального развития Омской области, казенного учреждения Омской области «Центр социальных выплат и материально-технического обеспечения», казенного учреждения Омской области «Многофункциональный центр предоставления государственных услуг».

В 2010 году в каждом районе Омской области были созданы бюджетные учреждения – Центры социальных выплат и материально-технического обеспечения, которые в дальнейшем были преобразованы в казенные учреждения.

Целью деятельности центров является предоставление субсидий на оплату жилого помещения и коммунальных услуг и мер социальной поддержки, установленных законодательством.

В связи с разграничением полномочий между территориальными органами Министерства и Центрами социальных выплат и материально-технического обеспечения возникла проблема доступности получения государственных услуг населением. Это вызвало затруднения у населения, куда стоит обратиться по тому или иному поводу.

В 2009 г. в Омской области были созданы МФЦ, которые предоставляют специальные рабочие места для организации предоставления государственных услуг, а специалисты МФЦ оказывают консультацию и информирование граждан о порядке предоставления государственных услуг.

Кроме того, с целью повышения доступности получения государственных услуг на территориях многофункциональных центров был установлен режим приема граждан равный 60-часовой рабочей недели. Основные участки филиалов, расположенные на территориях МФЦ, работали с 8.00 до 20.00 часов, без обеденного перерыва, дополнительно прием граждан осуществлялся по субботам с 8.00 до 16.00 час. Необходимо при этом отметить положительную практику внедрения возможности предварительной записи на прием к специалистам по телефону или при личном обращении.

С 1 января 2013 года в силу вступило Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг» от 22 декабря 2012 года №1376.

В связи с этими изменениями в данный момент времени в помещениях МФЦ прием документов ведут специалисты Центров социальных выплат и материально-технического обеспечения, пенсионного фонда РФ, Федеральной налоговой и Федеральной миграционной службы России по Омской области. Режим работы изменился с 60 часовой рабочей недели до 40-часовой. Прием населения ведется с 9:00 до 17:00 с перерывом на обед с 13:00 до 14:00. По субботам прием ведется с 9:00 до 13:00. Причем центр социальных выплат и материального обеспечения не принимает по пятницам и в выходные дни.

Таким образом, в данный момент работа по принципу «одного окна» предоставления государственных услуг не осуществляется.

Деятельность МФЦ в Омской области в 2013 году пока представлена только справочно-консультационной службой. То есть консультирование по телефону «горячей линии», в сети Интернет и в информационных стойках в здании МФЦ.

Министерство труда и социального развития Омской области совместно с Министерством государственно-правового развития Омской области ведут работу по созданию уполномоченного многофункционального центра в г. Омске и во всех муниципальных районах Омской области.

Задача обеспечения качества и доступности предоставления государственных услуг через существующие механизмы и учреждения так и остается первостепенной и важной.

Процесс получения государственных услуг базируется, в первую очередь, на принципах осведомленности о них потребителей и их доступности для потребителей. Для того чтобы реализовать комфортность получения государственных услуг, требуется воплотить такие их характеристики, как удобство интерфейса, надежность и скорость каналов взаимодействия, удобство и скорость получения результата [1].

Существуют следующие подходы оценки качества и доступности предоставления государственных услуг:

- ✓ На основе объективных показателей, которые закреплены в административных регламента предоставления государственных услуг;
- ✓ На основе субъективных оценок потребителей (социологические исследования по данному вопросу).

В 2011 году была принята ведомственная целевая программа «Совершенствование системы предоставления отдельным категориям граждан мер социальной поддержки, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области» на 2011 – 2013 годы.

Одним из целевых индикаторов программы был определен показатель «Степень удовлетворенности населения организацией предоставления мер социальной поддержки в денежной форме, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области (процент от числа опрошенных)». Это как раз субъективный подход оценки качества и доступности государственных услуг.

Ожидаемые значения указанного целевого индикатора на 2011 – 2013 годы представлены в таблице 1.

Таблица 1

Ожидаемые значения целевого индикатора на 2011 – 2013 годы [2]

| Наименование целевого индикатора | Плановые значения целевого индикатора |
|----------------------------------|---------------------------------------|
|----------------------------------|---------------------------------------|

|  | 2011 год | 2012 год | 2013 год |
|--|----------|----------|----------|
| Степень удовлетворенности населения организацией предоставления мер социальной поддержки в денежной форме, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области (процент от числа опрошенных) | 80,0     | 80,0     | 85,0     |

Фактическое значение целевого индикатора рассчитывается как отношение числа граждан, удовлетворенных организацией предоставления мер социальной поддержки, к общему числу опрошенных граждан, имеющих право на соответствующие меры социальной поддержки и обратившихся в Центры социальных выплат и материально-технического обеспечения Омской области.

Для оценки степени достижения данного целевого показателя проводятся социологические исследования. В качестве объекта опроса выступают граждане, обратившиеся в центры выплат в 2011, 2012 годах и получившие меры социальной поддержки в денежной форме: ЕДВ, компенсации и другие виды выплат.

Данные социологические исследования ставят перед собой целью – оценить качество и доступность предоставления государственных услуг в социальной сфере. В таблице 2 приведено степень достижения целевого индикатора в 2011 и 2012 годах, который был закреплен ведомственной целевой программой «Совершенствование системы предоставления отдельным категориям граждан мер социальной поддержки, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области» на 2011 – 2013 годы.

Результаты опроса дают возможность удостовериться, что подавляющее большинство участников опроса в основном удовлетворены организацией предоставления государственных услуг.

Можно выделить следующие основные проблемы, связанные с качеством и доступностью предоставления государственных услуг, которые были выявлены посредством социологических исследований:

1. Наличие очередей;
2. необходимость повторного обращения;
3. отсутствие комфортных условий;
4. неудобный график работы учреждений, предоставляющих государственные услуги;
5. качество информационных стендов;
6. отношение специалистов, работающих в данных учреждениях, к потребителям государственных услуг.

## Оценка эффективности реализации Программы в 2011, 2012 годах

| Наименование индикатора   | Значение индикатора |              |
|---|---------------------|--------------|
|   | План                | Факт         |
| Степень удовлетворенности населения организацией предоставления мер социальной поддержки в денежной форме, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области (% от числа опрошенных) в 2011 году, в том числе:<br>- удовлетворены полностью<br>- удовлетворены частично | 80,0                | 74,2<br>15,0 |
| Степень удовлетворенности населения организацией предоставления мер социальной поддержки в денежной форме, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области (% от числа опрошенных) в 2012 году, в том числе:<br>- удовлетворены полностью<br>- удовлетворены частично | 80,0                | 78,5<br>8,0  |

Большинство респондентов не имеют замечаний к качеству предоставления государственных услуг, или готовы с ними мириться. Но все же модернизировать процесс предоставления государственных услуг необходимо. Часть проблем снимается организацией многофункциональных центров предоставления государственных услуг. В частности в стандарте деятельности МФЦ установлено, что ожидание в очереди не должно занимать более 15 минут. МФЦ планируют создавать исходя из норматива – одно окно МФЦ на 5 тыс. обслуживаемого населения, а в небольших муниципальных образованиях – одно окно на 2 тыс. человек. Но тут же возникает проблема подготовки профессиональных сотрудников МФЦ, которые должны быть специалистами по многим вопросам, так как государственных услуг очень много и каждая имеет свои нюансы ее получения.

Федеральный закон 210-ФЗ ввел положение, согласно которому стандарт качества предоставления государственных услуг является разделом административного регламента предоставления государственных услуг. Это потенциально снижает качество предоставления государственных услуг, особенно в тех сферах и регионах, где уже были разработаны стандарты качества [3].

В административных регламентах предоставления услуг в Омской области установлены следующие основные показатели доступности и качества государственной услуги:

1. степень информированности граждан о порядке предоставления государственной услуги (доступность информации о государственной услуге, возможность выбора способа получения информации);
2. возможность выбора заявителем формы обращения за предоставлением государственной услуги (лично, через организации почтовой связи, с использованием Портала, Единого портала, через МФЦ);
3. физическая доступность помещений, в которых предоставляется государственная услуга, для граждан с ограниченными возможностями;
4. своевременность предоставления государственной услуги в соответствии со стандартом ее предоставления, установленным административным регламентом.

Следует отметить, что перечисленные выше показатели доступности и качества государственной услуги недостаточны для получения полной информации о процессе предоставления государственных услуг.

Это вызвано неоднозначностью трактовки в российском законодательстве понятия «государственная услуга». Существует множество различных подходов к регламентации и стандартизации их предоставления населению, к системе показателей, которые оценивают качество и доступность государственных услуг. Из-за этого регионы испытывают затруднения при разработке механизмов оценки качества и доступности предоставления услуг.

Но контролировать и оценивать этот процесс необходимо. Поэтому возникает необходимость разработки универсального алгоритма мониторинга качества и доступности государственных услуг в социальной сфере. Важность наличия этих механизмов именно в социальной сфере связана с тем, что это государственные услуги именно в этой сфере связаны напрямую с качеством жизни населения, с удовлетворенностью населения проводимой политикой и самой властью.

Ценность мониторинга качества и доступности предоставления государственных услуг определяется возможностью выявить проблемы и предложить рекомендации по их преодолению на всех этапах оказания государственных услуг – от инициации до получения результата.

#### **Библиографический список**

1. Стырин Е.М., Плаксин С.М. Система государственных услуг как объект мониторинга в Российской Федерации // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2012. – №4. – С. 66-81.

2. Приказ Министерства труда и социального развития Омской области «Об утверждении ведомственной целевой программы «Совершенствование системы предоставления отдельным категориям граждан мер социальной поддержки, предусмотренных законодательством Российской Федерации и Омской области» на 2011 – 2013 годы» от 31 января 2011 года № 5-п // Правовая справочно-информационная система «Консультант Плюс».

3. Симагина О.В. Подходы к формированию показателей качества публичных услуг // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2012. – №2. – С. 194-201.

### **Сравнительная характеристика налогообложения России в разные исторические периоды**

Е.В. Черобедов

Научный руководитель

ЭЭБ-205-О

Н.В. Миллер

История налогообложения насчитывает тысячелетия. С момента возникновения государства налог стал единственно возможным способом удовлетворения его потребностей независимо от организационных основ государства и форм собственности. Менялось количество взимаемых налогов, их название, способы установления и уплаты. Сутью налога всегда была плата юридических и физических лиц в пользу государства за право той или иной деятельности, за имеющееся в их собственности имущество.

Национальная налоговая система РФ прошла три совершенно разных исторических рубежа, если подходить к ней с позиции системности, т.е. оформления в законодательном порядке принципов ее функционирования. **Это - дореволюционный, советский и постсоветский рубежи.**

***Дореволюционный рубеж начинается со становления древнерусского государства.***

Потребность в налогообложении возникает вместе с государством, так было и с Киевской Русью

Объединение Древнерусского государства началось лишь с конца IX в. Основным источником доходов княжеской казны была **дань**.

Для содержания князя, его двора и дружины были необходимы средства. Они поступали ему в виде натуральной дани со свободных общинников и жителей городов. Для сбора такой дани князь вместе с дружиной объезжал свои земли, т.е. совершал полюдье. Таковы были начала организации в нашей стране налогообложения и первые, вначале нерегулярные, а затем все более систематические прямые налоги.

Из-за отсутствия норм и правил сбора дани, нередко возникали конфликты между князем и населением. По одной из таких причин был убит древлянами князь Игорь. Вследствие чего, его жена княгиня Ольга была вынуждена осуществлять первые реформы налогообложения, введя нормы и места сбора дани.

После принятия на Руси христианства князь Владимир установил налог в пользу церкви-церковную десятину(*одну десятую часть доходов*)

Косвенное налогообложение существовало в форме торговых и судебных пошлин(*мыт- дорожная пошлина, плата за провоз грузов по дорогам княжества; тамга- плата за продажу товаров; весчие- плата за взвешивание товаров*)

После татаро-монгольского нашествия основным налогом стал «выход», взимаемый сначала баскаками — уполномоченными хана, а затем, когда удалось освободиться от ханских чиновников, самими русскими князьями. «Выход» взимался с каждой души мужского пола и с головы скота. Каждый удельный князь сам собирал дань в своем уделе и передавал ее великому князю для отправления в Орду.

После свержения татаро-монгольского ига податное дело было кардинально реформировано Иваном III (*конец 15-начало 16*). Введены русские прямые (*подушный налог*) и косвенные налоги (*акцизы и пошлины*). В это время были заложены основы налоговой отчетности, стали зарождаться налоговые органы: раньше налоги собирали сами князья и их подчиненные, то позже для этих целей создавались специальные службы.

Политическое объединение русских земель относится к концу XV в. Однако, стройной системы управления государственными финансами не существовало еще долго.

Несколько упорядочена она была в царствование Алексея Михайловича (1629—1676), создавшего в 1655 г. «Счетный приказ». Проверка финансовой деятельности приказов, анализ приходных и расходных книг позволили довольно точно определить бюджет государства.

Вошедшие в состав России народы Поволжья (с 15 в.) , а затем и Сибири (с 17 в.) платили подать в казну – ясак. До 17 в. Этот налог уплачивался мехами. А затем деньгами. Налог взимался до 1917 г.

Важным источником бюджетных доходов со второй половины 16 в. Стали винные откупа, т.е. доходы от продажи алкогольных напитков.

Таким образом, в 16-17 веках налогообложение на Руси было упорядочено и приведено в систему. Налоги становятся основным источником бюджета. Были созданы специальные органы, в компетенцию которых входил контроль за фискальной деятельностью приказов, за выполнением доходной части бюджета.

### ***Следующий этап развития налогообложения в дореволюционном рубеже связан с Петровскими реформами***

Центральная задача экономической политики при Петре I, как и прежде, было пополнение казны. Однако экономическую роль государства Петр I рассматривал гораздо шире, чем его предшественники. Влияние государства он старался использовать на развитие техники, повышение производительности труда.

Активно перенимая зарубежный опыт, Россия проводила протекционистскую политику, в том числе через таможенные пошлины.

В эпоху Петра I для покрытия затрат на ведение войн, были введены новые налоги. Петр учредил особую должность — **прибыльщиков**, обязанность которых «сидеть и чинить государю прибыли», т. е. изобретать новые источники доходов казны. (*Так был введен гербовый сбор, подушный сбор с извозчиков — десятая часть доходов от их найма, налоги с постоянных дворов, с печей, с плавных судов, с арбузов, орехов, с продажи съестного, с найма домов, ледокольный и другие налоги и сборы. Облагались даже церковные верования. Например, раскольники были обязаны уплачивать двойную подать. До нас дошли имена прибыльщиков Алексея Курбатова, предложившего применить гербовую, или орленую, бумагу по примеру Голландии, Степана Вараксина, Василия Ершова, Алексея Яковлева, Старцова, Акиншина. Усилиями прибыльщиков в январе 1705 г. была наложена пошлина на усы и бороды.*)

Петр I близко подошел к идее **промыслового налога**. При проведении переписи горожан — купцов, посадских и слободски'х людей — описывались не только их дворы, характер промыслов и ремесел, но и объем промыслов и наемная плата за помещение. Видимо, предполагалось в дальнейшем дифференцировать налогообложение сельскохозяйственных жителей и горожан.

Организацией налогообложения в России в 18 в. Ведали созданные Петром I коллегии. Из двенадцати созданных им коллегий четыре -ведали финансами: Камер-коллегия, Штатс-коллегия, Ревизион-коллегия, комерц-коллегия.

### ***После Петровских реформ развитие налогообложения продолжилось во Второй половине 19-20 вв.***

В годы царствования императрицы Екатерины II была учреждена Экспедиция о государственных доходах, которая в свою очередь делилась на четыре экспедиции: Одна - ведала государственными доходами, вторая — государственными расходами, третья — ревизией, четвертая — взысканием налоговых недоимок.

Начало XIX века знаменательно тем, что доходы бюджета России формировались главным образом за счет налогов крепостного крестьянства. Основные поступления в бюджет:

подушная подать и "питейный доход". За счет "питейного дохода" в 60-х гг. XIX века формировалось до 40 % всех бюджетных поступлений

Управлением налогами **вместо коллегий** с 1802 г. Стало заниматься **Министерство финансов**. Местными учреждениями министерства в губерниях стали **казенные палаты**, а в уездах - **казначейства**.

По городскому положению органы самоуправления имели право на сборы в пользу города: сборы с торговли и промысла, сборы с площадей и экипажей, сборы за право пользования городскими площадями и проездами, пошлины местного значения и др. Существенным по размеру налогом был сбор с заведений трактирного промысла.

Архаичность системы обложения налогами в пользу местных органов самоуправления приводила к тому, что торговцы и промышленники облагались налогами в меньшей мере, чем домовладельцы. Существенным недостатком промыслового обложения было то, что сбор с промысловых свидетельств, которые выбирали торговцы и промышленники, был крайне незначителен и не рос в той же мере, в какой увеличивались обороты и доходы торговых и промышленных предприятий.

**Косвенные налоги** были важным источником бюджетных доходов, в основном получаемые в виде питейных доходов, от акцизов и винной монополии.

**Акцизы** на вино в России были введены в 1861 г. Кроме виноводочных изделий акцизами облагались табак, чай, сахар, соль, спички. Нефтепродукты, хлопок. Перевозка грузов по железной дороге и др. число облагаемых акцизом товаров постоянно увеличивалось, росли акцизные ставки. Этот налог тяжелым бременем ложился на бюджет населения. Участие России в первой мировой войне, разруха в экономике губительным образом отразились на налогооблагаемой базе государства. Царскому правительству пришлось идти на повышение налогов, введение новых акцизов, но это не улучшило положение.

***С октябрьской революцией заканчивается дореволюционный рубеж и начинается Советский рубеж развития налогообложения.***

Принижение значения товарно-денежных отношений практически уничтожило созданную в дореволюционной России налоговую систему. Советские ученые утверждали, что социалистическая система хозяйствования обеспечивала государственному бюджету принципиально иные источники доходов, чем система капитализма. Налоги перестают здесь быть экономическим воплощением существования государства. Государство в условиях социализма опирается на всю постоянно растущую в своем объеме социалистическую собственность и социалистическое производство, поэтому оно получает основную часть доходов от социалистического хозяйства.

В 1917 году учреждается Народный комиссариат финансов (Наркомфин). Начало жесточайшей централизации финансовых ресурсов, подчинившей впоследствии региональные экономические интересы целям и задачам центрального аппарата власти, было положено принятием постановления ЦИК и СНК СССР от 21 декабря 1931 г. "О республиканских и местных бюджетах". Региональные бюджеты были переведены с собственной доходной базы на формирование подавляющей части доходов за счет ежегодно устанавливаемых отчислений от общесоюзных государственных налогов и доходов. *Эта система оказалась чрезвычайно живучей. В видоизмененной форме она действует до сих пор, позволяя центру определять экономическую политику на местах. Во всем мире развитие регионов основано на собственной налоговой базе, что обеспечивает их хозяйственную самостоятельность.*

Революция 1917 г. породила революционный налог на буржуазию и кулачество.

В октябре 1918 г. Декретом СНК вместо **казенных палат** были созданы финансовые отделы **губернских и уездных исполнительных комитетов Советов депутатов**, в составе которых организовали подотделы: прямых налогов, пошлин и косвенных налогов. С переходом к новой экономической политике значения налоговой работы значительно возросло.

Дальнейшая трансформация налогов была связана с Великой Отечественной Войной. В 1941 г. был введен военный налог (отменён в 1946 г.). в том же году для поддержки одиноких матерей был введен налог на холостяков, одиноких и малосемейных граждан, который просуществовал до 90-х годов. **Налог с оборота**(Налог, базой которого является цена реализации товара) был в то время основным платежом в бюджет, он составлял 41% от суммы всех доходов бюджета в 1954 г

Следующий этап трансформирования налогов в СССР происходил при правительстве М.С. Горбачева , которое приступило к созданию концепции налоговой системы РСФСР ориентируясь на западные налоговые системы. Эта концепция была модифицирована в 1991 году в налоговую систему РФ

Конец 1980-х годов можно назвать периодом возрождения налоговой системы в России. Налоговая политика вновь становится орудием политической борьбы: в России Борис Ельцин вводит особый **суверенный режим налогообложения**.

*С распадом СССР начинается постсоветский рубеж развития налогообложения.*

Налоговая система в Российской Федерации практически была создана в 1991 г., когда в декабре этого года был принят пакет законопроектов о налоговой системе. Среди них: "Об основах налоговой системы в Российской Федерации", "О налоге на прибыль предприятий и

организаций”, “О налоге на добавленную стоимость” и другие (введён с 01.01.92). Эти законы установили перечень идущих в бюджетную систему налогов, сборов, пошлин и других платежей, определяют плательщиков, их права и обязанности, а также права и обязанности налоговых органов. К настоящему времени в эти законы были внесены изменения и дополнения.

Налоговая система Российской Федерации в 1992-1994 гг. по сравнению с советской налоговой системой претерпела существенные изменения, т.к. смена командно-административной системы управления на рыночную потребовала пересмотра всей существующей налоговой политики. Но налоговая реформа не была доведена до конца, и в существующей налоговой системе сохранились ряд пережитков советской эпохи.

Главным изменением налоговой системы стало то, что основными налогами, обеспечивающими основную часть доходов бюджета, стали **налог на добавленную стоимость** (*косвенный налог, форма изъятия в бюджет государства части добавленной стоимости, которая создаётся на всех стадиях процесса производства товаров, работ и услуг и вносится в бюджет по мере реализации.*), **акцизы**, **налог на прибыль**, **подходный налог** и **налог на имущество**, составляющие основу налоговых систем большинства стран мира. Эти налоги в 1998 г. обеспечили 86,7% от всех налоговых поступлений. Наиболее важным достижением реформы стала замена налога с оборота на налог на добавленную стоимость и акцизы.

События произошедшие 17 августа 1998 года резко усилили роль налогов в экономическом положении страны так как любое государство в после кризисной обстановке пытается поправить свое экономическое положение при помощи корректировки налоговой системы.

В настоящее время в стране действует налоговая система, состоящая из 13 налогов и 5 специальных налоговых режимов.

Действующая в России налоговая система находится еще в стадии становления и пока недостаточно сбалансирована. Налоговое законодательство, служащее правовой основой её существования, содержит в себе ряд неточностей, а его нормативные акты иногда противоречат друг другу.

Как показывает история, развитие и изменение форм государственного устройства всегда сопровождается преобразованием налоговой системы. Это видно и из истории Российского налогообложения, где коренные преобразования и реформы налоговой системы, как правило, происходили в периоды смены власти правителей, а также с изменением государственного строя.

## Планирование стратегии банка «Стройкредит»

Т. В. Черных  
гр. ЭМС-901-О

Научный руководитель  
И.В. Руденко

Стратегическое планирование — это набор действий, решений, предпринятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для достижения целей.

Стратегия банка – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей. Главная задача стратегии состоит в том, чтобы перевести банк из его настоящего состояния в желаемое руководством будущее состояние.

Утвержденная Банком «Стройкредит» стратегия развития предполагает создание высокотехнологичного и универсального Банка.

Стратегическая цель Банка состоит в создании современного технологичного Банка, оказывающего высококлассные услуги клиентам, обладающего авторитетом на рынке, приносящего стабильный доход акционерам.

Для достижения стратегических целей Банком реализуется планирование стратегий развития по основным направлениям деятельности:

□ Стратегия развития корпоративного бизнеса - расширение и диверсификация клиентской базы, увеличение объемов бизнеса, сохранение высоких стандартов обслуживания клиентов, развитие объемов лизингового кредитования, привлечение на обслуживание крупных корпоративных клиентов, за счет индивидуального подхода и уникального торгового предложения;

□ Стратегия развития розничного бизнеса - количественный и качественный рост клиентской базы физических лиц, за счет создания универсального продуктового ряда, внедрение новых технологий и стандартов качества продаж, с учетом снижения издержек ведения бизнеса;

□ Стратегия развития малого и среднего бизнеса – увеличение клиентской базы с помощью индивидуальных пакетных предложений (кейсов), унификации и стандартизации программ сотрудничества для каждого целевого клиентского сегмента МСБ;

□ Стратегия в области корпоративного управления - повышение технологического уровня и управляемости Банка, увеличение собственного капитала, повышение уровня методологической работы, оптимизация бизнес-процессов, совершенствование методов и технологий управленческого учета, раскрытие информации о деятельности Банка, повышение узнаваемости.

В стратегиях развития по основным направлениям деятельности отмечается необходимость увеличения клиентской базы. Это невозможно без расширения филиальной сети по Омской области.



**Рис 1.** Процесс планирования стратегии банка

В процессе планирования стратегии Банк «Стройкредит» не анализирует внешнее окружение, а, следовательно, и не сопоставляет собственные сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами внешней среды. Поэтому есть необходимость провести SWOT-анализ.

Таблица 1

Матрица SWOT банка «Стройкредит»

| <b>Силы</b>  | <b>Слабости</b>   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знание и понимание специфики строительного бизнеса (специальные условия/продукты)</li> <li>• высокий профессиональный уровень сотрудников</li> <li>• Банковская гарантия очень гибкая, быстро рассматривается, корректируется</li> <li>• Быстрое согласование нестандартных сделок</li> <li>• Старейший московский банк (существует определенная репутация)</li> <li>• опыт привлечения и удержания клиентов; индивидуальное обслуживание клиентов</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Кредиты на бизнес дороже среднерыночных</li> <li>• 1 офис и 9 банкоматов в Омске (у конкурентов значительно больше)</li> <li>• Длительность согласования нововведений</li> <li>• Отсутствие рекламы в Омске</li> <li>• Переманивание крупных корпоративных клиентов</li> </ul> |

| <b>Возможности</b>   | <b>Угрозы</b>   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• расширение рынка потребительских кредитов.</li> <li>• рост инвестиционной активности предприятий.</li> <li>• перспективы работы на расширяющемся РЦБ.</li> <li>• Подъем строительного бизнеса</li> <li>• Наличие большой клиентской базы</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• развитие региональных банков-конкурентов</li> <li>• высокие темпы роста не только объемов кредитования, но и рискованности данных операций.</li> <li>• Неблагоприятное состояние российской экономики.</li> <li>• нехватка качественных заемщиков, наличие неплательщиков, затраты на судебные разбирательства.</li> </ul> |

Матрица SWOT-анализа даёт возможность определить направления парных влияний внешних факторов (возможностей и угроз) на внутренние факторы (сильные и слабые стороны).

Таблица 2

#### 4 группы направлений парных влияний

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Возможности + Силы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Опыт привлечения и удержания клиентов позволит нарастить клиентскую базу, а потенциал для развития есть;</li> <li>• Знание своего дела и грамотное оказание услуг способствуют наращиванию банком активов в ситуации подъёма строительного бизнеса.</li> <li>• За счет знания специфики строительного бизнеса в условиях развития банковской деятельности банк может разработать и предложить новые виды банковских продуктов и услуг</li> </ul>   | <p><b>Возможности + Слабости</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Более дорогие кредиты на бизнес могут препятствовать эффективному использованию ситуации подъема строительного бизнеса</li> <li>• Отсутствие рекламы в Омске и недостаточное количество банкоматов и филиалов может препятствовать наращиванию клиентской базы</li> <li>• Длительность согласования нововведений может ограничить возможности роста в условиях развития РЦБ</li> </ul> |
| <p><b>Угрозы + Силы</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• опыт привлечения и удержания клиентов может способствовать пересмотру клиентами их консервативных взглядов и более активному пользованию банковскими продуктами</li> <li>• высокий профессиональный уровень сотрудников способствует более тщательному отбору клиентов и привлечению наиболее перспективных, что позволит бороться с нехваткой качественных заемщиков, наличием неплательщиков</li> <li>• гибкая банковская гарантия способствует снижению рискованности банковских операций</li> </ul> | <p><b>Угрозы + Слабости</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Отсутствие рекламы в Омске и недостаточное количество банкоматов и филиалов может ослабить конкурентные позиции банка по сравнению с другими региональными банками</li> <li>• Переманивание крупных корпоративных клиентов может осложнить ситуацию с нехваткой качественных заемщиков</li> </ul>   |

Исходя из SWOT-анализа, можно дать следующие рекомендации по совершенствованию деятельности банка:

- Расширение филиальной сети по Омской области;
- Выделение денежных средств на рекламу;
- Распространение рекламы с помощью различных каналов;
- Усиление работ по созданию привлекательного образа банка на региональном рынке;
- Развитие системы персонального менеджмента, предусматривающей предоставление каждому клиенту отдельного сотрудника для выполнения обязанностей квалифицированного консультанта и администратора его операций.

Таким образом, существующая стратегия нуждается в доработке, а именно необходим акцент на увеличении узнаваемости банка и расширении филиальной сети по Омской области.

При планировании существующей стратегии банк сконцентрировал внимание на расширении клиентской базы, однако это затруднительно без наличия узнаваемого образа надежного банка и рекламы. Т.е. в процессе планирования не было согласованности поставленных целей и действий по их достижению. С учетом предложенных рекомендаций можно устранить это рассогласование.

#### **Библиографический список**

1. Официальный сайт банка «Стройкредит» <http://www.stroycredit.ru/>
2. Голубков Е.П. SWOT-анализ: существующие методики и пути их совершенствования // Маркетинг в России и за рубежом, 2013, №1.
3. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник. — М., Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.
4. Учитель Ю. Г., Учитель М. Ю. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации. – Либроком, 2010.

#### **Проблемы налогообложения НДС бонусов, премий, скидок**

Е.С. Шарова  
ЭНС-908-О

Научный руководитель  
Л.А. Родина

Российские ритейлеры давно получают доход не только от схемы «купил дешевле, продал дороже». Поставщики также осуществляют различные виды выплат в виде бонусов, премий и скидок под которыми понимается получившая широкое распространение в коммерческой деятельности практика стимулирования продавцами покупателей путем

предоставления премий с совокупной цены, поставленных в течение определенного периода времени товаров.

Указанные суммы могут составлять значительную долю в доходах компании и, как следствие, существенно влиять на маркетинговую политику ритейлера, которая может корректироваться для их максимизации. Разумеется, в конечном счете, все эти выплаты перекладываются на покупателя, но считать, что выигрывают все, кроме клиента, неверно. В торговле давно нет монополии, и у каждого есть возможность сравнивать цены и покупать более дешевый товары.

При наличии условно 20 поставщиков товара одной категории продавцу не имеет смысла выставлять на полку все предложения, а через дополнительные выплаты можно провести их «экономическую селекцию», предоставив наиболее сильным за дополнительные деньги больше пространства. Останутся, например, два-три поставщика, что в большинстве случаев является оптимальным количеством и без бонусов.

В конечном счете, выкупленность места не гарантирует пропорционального роста продаж, если остальные параметры не устроят клиента. Именно поэтому это лишь часть маркетинговой политики продавца. В то же время получение денежных бонусов может быть достаточно жестко завязано на выполнении значительного количества условий. Поставщик получит выгоду от повышенной активности ритейлера.

Но в связи с применением таких видов стимулирования, как бонусы премии и скидки у участников такого рода экономических отношений могут возникнуть дополнительные налоговые риски. В своем докладе я предлагаю рассмотреть риски связанные с доначислениями по налогу на добавленную стоимость.

Для начала следует отметить, что все виды стимулирующих вознаграждений можно условно разделить на премии, предоставляемые за выполнение определенных условий, например таких как: достижение объема покупок; увеличение объема покупок по сравнению с предыдущим периодом; присутствие товара в магазине; приоритетную выкладку товара на полках; продвижение товара и др;

И обычные скидки и ретроскидки (предоставленные уже после отгрузки товара), предоставляемые поставщику покупателем товара.

Проводя ретроспективный анализ разъяснений Минфина и арбитражной практики можно обозначить ряд проблем, которые могут возникнуть при расчете налога на добавленную стоимость.

Во-первых, это вопросы, связанные с премией и бонусом либо к особому виду скидок либо к услуге, которую покупатель оказывает поставщику, что в значительной мере оказывает на возникновение дополнительной налоговой базы у ритейлера. Во-вторых,

изменяет ли стимулирующие и другие виды премии цену на отгруженный товар, что в свою очередь влияет на изменение налоговой базы у поставщика и размера вычета у покупателя. Также отдельно возможно рассмотреть случай предоставления бонуса в виде передачи товара, а не денежных средств.

Так, например, в письмах Минфина датированных 2006-2007гг. порядок обложения ставился в зависимость от того, изменяется цена товара вследствие предоставления скидки или нет. В частности в письмах Минфина России от 26.07.2007 № 03-07-15/112, от 20.12.2006 № 03-03-04/1/874 подчеркивалось что премии, полученные покупателем товаром от продавца по результатам продаж за определенный период без изменения цены, НДС не облагаются. Соответственно суммы НДС к вычету по приобретенным товарам корректировке не подлежат, и у продавца не возникает необходимости и оснований для корректировки налоговой базы по НДС на суммы таких премии и скидок.

Нередко контролирующие органы приводили и другие аргументы. Так в письме УФНС по г. Москве от 13.11.2006 № 19-11/99884 было выражено мнение, что премия, полученная ритейлером за выполнение определенных условия договора, должна рассматриваться как средства, полученные за оказанные услуги, которые в свою очередь включаются в налоговую базу по НДС.

Также, например, в постановлении от 26.05.2011 №КА-А40/4206-11-2 ФАС МО согласился с мнение налоговиков и решил, что суммы, полученные торговой фирмой в качестве бонусов по дистрибьюторскому соглашению, подлежат обложению НДС. Но чаще все таки встречаются решения в поддержку налогоплательщиков, не ввязывающие получение премии и бонусов с предоставлением каких либо услуг( Постановление ФАС СЗО от 30.08.2011и№ А56-66131/2010)

Финальной точкой в спорах стало разбирательство между ООО «Леруа Мерлен восток» и налоговой инспекцией, которая по результатам проверки доначислила 91 270 534 руб. налога на добавленную стоимость, вследствие занижения налоговой базы на 5077 млн. руб. премий. По договорам между Леруа Мерлен восток и его поставщиками за присутствие товаров в магазине поставщики были обязаны выплачивать премию в размере 1,2% от стоимости поставленного товара. Также они были обязаны выплачивать прогрессивную стимулирующую премию за выполнение условий договора поставки по результатам отгрузки товара за соответствующий период. Размер данной премии определялся как произведение стоимости поставленного товара на процентную ставку, величина которой зависит от объемов продаж.

Компания Леруа Мерлен не облагала данные премии НДС, так как не считала их платой за предоставленные услуги. Данную позицию им удалось подтвердить в трех

инстанциях. Суды указали, что данные премии не связаны с оказанием услуг по рекламе и продвижению товаров, и не предусматривают выполнения покупателем конкретных действий. Особо было отмечено, что соглашениями к договорам поставки между Леруа Мерлен и его поставщиками, помимо прогрессивной стимулирующей премии и премии за присутствие товаров в магазине, прямо предусмотрены специальные премии за рекламу и продвижение товара. Данные виды премии Леруа Мерлен облагала НДС.

Налоговая инспекция не смирилась с данными решения и обратилась с жалобой о пересмотре дела в порядке надзора в ВАС РФ.

Судьи ВАС указали что «с обязанностями поставщиков уплатить премии на условиях установленных обществом, корреспондируют встречные обязательства общества по приемке товаров, а также по обеспечению размещения полученных товаров в магазинах сети. То есть данные встречные обязательства представляют собой предоставление услуги за плату. Также судом было отмечено то при отсутствии встречного предоставления при выплачиваемых премиях затраты поставщиков на выплату премии могут быть признаны нецелесообразными.»

Следуя логике арбитров возможным представляется также, что основываясь на пп.1 п.1 ст.146, п.2 ст.154 НК РФ даже при отсутствии выплаты премий поставщиком ритейлеру последний в любом случае оказывает услугу по возможности реализации товара в его сети пусть и безвозмездно, а следовательно должен уплачивать НДС с рыночной стоимости такой «услуги»

Далее в целях формирования единообразной практики применения арбитражными судами главы 21 НК РФ дело было передано для пересмотра в ВАС РФ.

Заседание президиума вас состоялось 7го февраля, в результате чего было вынесено Постановление ВАС от 7 февраля 2012 г. N 11637/11

Судьи указали, что все расчеты, в том числе и предоставленные стимулирующие премии, связаны с оплатой за товар и его цена определяется с учетом этих премий. В результате выплаты поставщикам премий по итогам отгрузок товаров происходит уменьшение их стоимости. Соответственно, поставщики должны скорректировать налоговую базу по налогу на добавленную стоимость, а покупатели – суммы налоговых вычетов.

Возвращаясь к поставленным ранее вопросам следует отметить, что касательно второй ситуации ранее считалось, что стимулирующие премии не изменяют цену на отгруженный товар. А корректировать базу по НДС нужно было только тогда, когда в договоре поставки было указано, что скидка предоставляется путем изменения цены ранее поставленных товаров (письмо Минфина России от 25 октября 2007 г. № 03-07-11/524). Но как уже было

сказано выше согласно постановлению выплата премии изменяет первоначальную стоимость товара. При этом исходя из формулировок постановления, можно предположить, что указание в договоре условия о том, что премия не изменяет цену товара, не будет иметь юридической силы.

Кратко рассмотрим вопрос обложения НДС передачи товара покупателю в качестве бонуса. УФНС РФ по Московской области в письме от 30.03.2005 № 21-27\26431 указало, что продавец в указанной ситуации должен уплатить НДС в бюджет, так как на основании абз. 2 пп.1 п.1 ст. 146, п.2 ст.154 НК РФ передача товара работ услуг приравнивается к реализации.

Обратим внимание также на мнение Минфина по данной ситуации, который ставит в зависимость начисление НДС в отношении премии от того, при реализации какого товара она предоставляется (письмо от 7 сентября 2012 г. № 03-07-11/364).

Минфин России указывает, что при реализации продовольственных товаров, как и прежде, стимулирующие премии не изменяют цену товара. Это происходит даже в тех случаях, когда в договоре указано обратное. Основанием для данного утверждения служит статья 9 Закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Рассматривая же вопрос реализации непродовольственных товаров, Минфин России в своих оценках проявляет некоторую осторожность. Допускается, что возможна некая премия, которая по своей правовой природе не изменяет цену товара, но какая именно не уточняется. При этом отмечено, что квалифицироваться премия в качестве формы торговой скидки должна с учетом положений постановления Президиума ВАС РФ от 7 февраля 2012 г. № 11637/11 в каждом конкретном случае с учетом условий соответствующих договоров в зависимости от конкретной хозяйственной ситуации.

В связи с тем, что при предоставлении скидок бонусов в итоге нам необходимо корректировать цену товара и соответственно возникает проблема документального учета.

Данная проблема была рассмотрена в Решении ВАС от 11 января 2013 г. N 13825/12

Открытое акционерное общество "Автофрамос" и др. обратились в Высший Арбитражный Суд Российской Федерации с заявлениями о признании частично недействующим пункта 1 постановления Правительства Российской Федерации от 26.12.2011 N 1137 "О формах и правилах заполнения документов, применяемых при расчетах по налогу на добавленную стоимость".

Из правил заполнения корректировочных счетов-фактур усматривается, что выше названные счета-фактуры рассчитаны исключительно на случаи изменения цены и

уточнения объема отгруженных товаров и не предусматривают возможности их применения к иным случаям, оказывающим влияние на стоимость товаров.

Иными словами, утвержденные постановлением N 1137 форма корректировочного счета-фактуры, применяемого при расчетах по налогу на добавленную стоимость, и правила ее заполнения препятствуют поставщику, предоставившему покупателю премию с совокупной цены товаров, поставленных в течение определенного периода, составлять по этому факту единый корректировочный счет-фактуру с указанием в нем показателей, предусмотренных правилами заполнения корректировочного счета-фактуры, применительно лишь к совокупным показателям поставок, в связи с которыми предоставлена премия.

Данный вопрос, к слову, решился не в пользу налогоплательщиков, так как открытому акционерному обществу «Автофрамос» в удовлетворении заявлений было отказано.

Подводя итоги, отметим следующие: премии, бонусы и скидки являются широко распространенным методом стимулирования торговли и частью маркетинговой политики множества ритейлеров, как в России, так и за рубежом.

В связи с особенностями законодательства РФ о налогах и сборах использование данных методов неразрывно связано с повышением налогового риска доначислении по налогу на добавленную стоимость.

Во избежание дополнительных налоговых расходов ритейлерам и поставщикам следует особое внимание уделять сложившейся арбитражной практике, анализ которой был представлен выше, а также корректно формулировать условия предоставления премии, скидок, используемые в соглашениях к договорам поставки для исключения неоднозначности толкования.

### **Анализ подходов к понятию «маркетинг персонала»**

Д.В. Шинкевич

Научный руководитель

Гр.ЭММ-202-О-05

Г.Е. Чернобаева

Конкурентоспособность любого предприятия сегодня определяется не только уникальностью продукта, используемыми технологиями производства и управления, но качественным персоналом. Грамотное использование инструментов маркетинга персонала позволяет не только привлечь необходимый персонал, но и эффективно управлять им. К сожалению, на сегодняшний день не существует единства в понимании категории «маркетинг персонала».

Персонал в контексте маркетинга рассматривается с двух позиций. Во-первых, персонал – это товар, в котором преобладают потребительские качества. Во-вторых – это покупатель, который приобретает рабочее место в обмен на свой труд. Отсюда первые два

подхода к маркетингу персонала. В первом случае объектом маркетинга становится любой объект, который предлагает на рынке свои трудовые усилия для обмена на определенное количество каких-либо благ и на этих условиях пользуется спросом.

В данном случае маркетинг персонала – это задача каждого конкретного человека на рынке труда, службы занятости, кадровых и рекрутинговых агентств, а так же учебных заведений, выпускники которых являются их продуктом на рынке труда.

Во втором случае мы подходим к маркетингу персонала с позиций предприятия. И в таком случае – товар это каждое конкретное рабочее место на данном предприятии. С данных позиций в литературе широко распространены два трактовки понятия маркетинг персонала:

1) В широком смысле маркетинг персонала - это определенная философия отношения к собственному персоналу (как существующему, так и будущему) со стороны предприятия. При этом каждый работник рассматривается как клиент предприятия, сотрудничая с которым предприятие может разрешить некоторые свои проблемы, а работник получает возможность удовлетворить собственные потребности и интересы. [3; 4]

2) В узком смысле маркетинг персонала – это практическая деятельность (функция) службы управления персоналом предприятия по оперативному покрытию потребностей в персонале на основе имеющейся информации о состоянии персонала организации и рынка труда. [6, С.221]

Важно не сводить маркетинг персонала к функции подбора персонала, поскольку в таком случае не учитываются интересы персонала уже занятого в организации. Таким образом, рассматривается только один аспект маркетинга персонала. А именно внешний маркетинг персонала, который означает, что предприятие концентрирует свои усилия на внешнем рынке рабочей силы. В данном случае основной задачей маркетинга является внешнее профилирование предприятия, что в первую очередь означает передачу потенциальным кандидатам на вакантную позицию настрой на организацию и обеспечения ее необходимыми, профессионально пригодными сотрудниками [1, С.103] Однако, существует еще и внутренний маркетинг персонала.

Внутренний маркетинг персонала сфокусирован на работниках, уже занятых в организации и подразумевает принятие во внимание и формирование наиболее важных факторов привлекательности места работы. [2, С.58]

В зарубежной литературе маркетинг персонала рассматривается как самостоятельная концепция управления персоналом.

Джордж Углей в своей работе «Маркетинг персонала в практике крупных корпораций» пишет:

«Как результат долгосрочного процесса развития маркетинг персонала – это наиболее поздняя из концепций управления персоналом, представленных в литературе, при которой организация старается использовать лучшие инструменты формирования положительного имиджа работодателя и работы с потребностями сотрудников, таким образом гарантируя их эффективную работу и лояльность, а значит успешное функционирование организации в долгосрочной перспективе» [8].

Комплексная модель маркетинга персонала Д. Углая, предполагает рассмотрение всего процесса работы с персоналом, начиная от исследований и заканчивая высвобождением сотрудников с двух позиций. С позиции внутреннего рынка труда и с позиции внешнего рынка труда. И здесь мы снова возвращаемся к упомянутому выше разделению внутреннего и внешнего маркетинга персонала. Они находятся в непосредственной взаимосвязи друг с другом на всех этапах, а значит, должны изучаться комплексно.

Таким образом, маркетинг персонала представляется, как специфический тип управления человеческими ресурсами, использующий подходы, инструменты и методы адаптированные из маркетинга. Однако, мы равной силой можем сказать, что маркетинг персонала – это специфический тип маркетинг, который предполагает адаптированные своих подходов, инструментов и методов под особенности такого вида деятельности, как управление персоналом. И может рассматриваться на ряду с такими специфическими видами маркетинга, как маркетинг услуг или внутрифирменный маркетинг.

Однако теперь встает вопрос о необходимости разграничения понятий «маркетинг персонала» и «внутрифирменный маркетинг».

Внутренний маркетинг – механизм реализации стратегии и средств интеграции межфункциональных интересов различных отделов организации [7].

Разницу между этими двумя концепциями, возникшими под влиянием роста значимости человеческого фактора, наглядно показывает в своей статье Л.Н. Мельниченко, который различает понятия «управление маркетингом субъекта» и «маркетинговое управление субъектом» [5]. В соответствии с данным подходом маркетинг персонала близок по своей сути к управлению маркетингом субъекта, внутрифирменный маркетинг – к маркетинговому управлению субъектом.

Использование данного подхода позволяет сделать вывод, о том, что маркетинг персонала более тяготеет к традиционному маркетингу, тогда как внутрифирменный маркетинг является составной частью концепции маркетинга взаимодействия, и предполагает комплексный подход к управлению всей деятельностью компании в целом.

Применение маркетинга персонала ориентировано на долгосрочное обеспечение организации квалифицированными кадрами, создание максимально благоприятных условий труда, содействующих повышению эффективности труда, развитию в каждом работнике партнерского отношения к организации. В свою очередь, внутренний маркетинг представляет собой целую философию маркетингового управления не только персоналом, но и компанией в целом.

Удачно смысл понятия маркетинг персонала сформулировал Г.Штрутц: «Каждый сотрудник должен быть настолько хорош, чтобы в любой момент он мог покинуть организацию и победить в любом конкурсе на новое рабочее место, но он не совершает этого, не покидает свою организацию – от этого шага его удерживают условия труда, коллектив (соц.-психол. климат), возможности развития и оплата труда» [3]. К данному высказыванию хотелось бы еще добавить: а каждый человек на данном рынке труда хотел бы быть настолько хорошим, чтобы попасть на работу в данную компанию.

Обобщая все выше изложенное, мы говорим, что маркетинг персонала – это практико-ориентированное научное течение, возникшее на стыке маркетинга и управления персоналом, основной целью которого является обеспечение долгосрочного эффективного функционирования организации, через использование целостного комплекса маркетинга при управлении персоналом на всех этапах принятия решения работником о выполняемой работе.

#### **Библиографический список**

1. Богданова Е.Л. Маркетинговая концепция организации персонал-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. - М: Прогресс – Академия, 2009. - 297с.
2. Бондарь Н.П. Эффективное управление фирмой: современная теория и практика. - СПб.: Изд. Дом «Бизнес – пресса», 2009. - 119с.
3. Захаров С.В. Маркетинг. Захаров С.В., Сербиновский Б.Ю., Павленко В.И. - Ростов н/Д: Феникс, 2009. — 361 с.
4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник. – М.: ИНФРА – М, 2003. – 304 с.
5. Мельниченко Л.В. Эволюция маркетингового управления: основные и современные тенденции / Л.В. Мельниченко // Маркетинг в России и за рубежом, - 2009. - №5 – С.36-40
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента - М: Дело, 2007. - 485с.
7. Ahmed P. Internal marketing / P. Ahmed, M. Rafiq. – London: Butterworth Heine-mann, 2002. – 320p.

8. Gyorgy Ugiyai Personnel marketing in the practice of the domestic large enterprises. Thesis of doctoral dissertation - The University of West Hungary Faculty of Economics 2006. – 18p

**Факторы, сдерживающие развитие отношений  
частно-государственного  
партнерства в омской области**

Д.В. Штрумберг  
ЭЭМ-202-О-01

Научный руководитель  
Р.Г. Смелик

В последние годы понятие “частно-государственное партнерство”, пришедшее из зарубежной практики, стало довольно активно использоваться и в России. Это явление постепенно оформляется как самостоятельный институт. В ряде министерств и ведомств созданы специальные советы по вопросам подобного партнерства. При комитете Государственной Думы по экономической политике и предпринимательству действует экспертный совет по законодательству в этой сфере. Во Внешэкономбанке и Международном фонде технологий и инвестиций имеются центры ЧГП. В структуре Российского союза промышленников и предпринимателей организован комитет по государственно-частному партнерству и инвестиционной политике. Появляется множество юридических и консалтинговых фирм, оказывающих услуги при заключении договоров о таком партнерстве. Появляются учебные дисциплины и программы дополнительного образования по данному направлению подготовки.

Вместе с тем на уровне федерального законодательства России понятие “частно-государственное партнерство” так до конца и не определено. Многие вопросы, касающиеся сути и форм партнерства между государством и бизнесом, по-разному трактуются представителями различных экономических школ, не определяются тенденции и перспективы развития отношений частного-государственного партнерства. В результате не совсем понятно, какие именно отношения между государством и бизнесом следует относить к ЧГП, его границы размыты, а суть и перспективы до конца не ясны.

Становление отношений ЧГП должно стать предметом особого внимания в современной экономической теории, в рамках которой следует разработать основополагающие принципы и механизмы взаимодействия государства и бизнеса.

Степень разработанности проблемы. Зарубежные и отечественные ученые всегда уделяли большое внимание исследованию отношений между государством и бизнесом. Различные аспекты данных отношений раскрыты в научных трудах таких авторов, как Э. Аткинсон, Е. Балацкий, В. Бирюков, Дж. Бюккенен, Дж. Валлис, Ю. Винслав, Ч. Вольф, Н. Газизулин, И. Герчикова, Р. Гринберг, М. Завельский, А. Зельднер, В. Кошкин, С. Мокичев,

И. Мысляева, Д. Норт, А. Олейник, В. Орешин, Д. Осборн, Дж. Сакс, С. Серегина, И. Столяров, Ф. Шамхалов, К. Яновский и др.

В развитых странах сформировалось направление научных изысканий по проблематике ЧГП (Private Public Partnership – PPP), являющееся частью общей концепции взаимоотношений государства и бизнеса. Большой вклад в исследование ЧГП внесли такие зарубежные ученые как А. Акинтое, О. Андерсен, Р. Бергер, Р. Бойль, Г. Девульф, Дж. Миллер, С. Осборн, З. Хьюго, В. Шпиринг и др.

Возрастает внимание к изучению отношений ЧГП и у российских ученых. Только за последние несколько лет по этой проблеме опубликованы труды М. Азанова, Г. Баткилиной, Е. Бондаренко, И. Бородачева, В. Варнавского, А. Волосова, Е. Вогиновой, И. Галиева, Б. Генералова, В. Лихачева, Е. Старикова, В. Телегина, Р. Шабанова и др.

В то же время многие проблемы, связанные с развитием ЧГП как нового институционального явления и его ролью в развитии экономики разработаны недостаточно. В частности, еще не дано четкого ответа на вопрос о том, какие объективные процессы лежат в основе развития отношений сотрудничества и взаимодействия государства и бизнеса, насколько устойчивой является данная тенденция, и каковы их перспективы.

В последние годы в России стали возникать разнообразные формы взаимодействия государственных и предпринимательских структур. Однако не всегда сотрудничество было позитивным, поскольку еще очень слабо развита предпринимательская среда, что в серьезной мере осложняет возможности сотрудничества бизнеса и государства.

Во многом причины кроются в несоответствии экономических условий полноценному развитию бизнеса, что проявляется в следующем: отсутствие конкуренции; неразвитость предпринимательской инфраструктуры; высокие ставки по кредитным ресурсам; несовершенство налогообложения; высокие таможенные ставки; коррупция и бюрократия;

Наличие серьезных препятствий ведения бизнеса в России сужает круг потенциальных участников отношений ЧГП.

Несмотря на все вышеперечисленные недостатки, даже при наличии хозяйствующего субъекта готового вложить деньги в проект совместно с государственными предприятиями, т.к. у последних недостаточно средств, для развития инфраструктурной составляющей экономики и социальной сферы, ввиду бюджетных ограничений, предприниматели ограничиваются в правах и возможностях в силу применения, в основном, концессионных соглашений. Данная форма партнерства не предоставляет дополнительных прав и защиту интересов потенциальных инвесторов, и накладывает на них дополнительные обязательства и ограничения.

При такой форме ЧГП право собственности закреплено за концедентом, что существенно ограничивает возможности частного партнера на привлечение заемного финансирования, так как по большей части финансовые организации менее охотно выдают кредиты без залогов.

Также имеются ограничения, которые заложены в проекте федерального закона «О государственно-частном партнерстве». Так, например, частный партнер будет выбираться на основе конкурса, что существенно ограничит возможности большинства фирм участвовать в таких проектах, с учетом коррупционной составляющей, можно предположить, что в таких проектах смогут участвовать только крупные коммерческие предприятия и немногие, кто решится вложить деньги в экономику России, предприятия из зарубежья.

Однако, несмотря на то, что проектом закона предусмотрен конкурсный отбор частных партнеров, есть случаи, в которых конкурс не проводится, например, один заявитель. Такое может быть в случае сговора чиновников с представителями бизнеса, также конкурс не проводится, в случае если собственник объекта частно-государственного партнерства является частный партнер.

Еще одно из ограничений – это обязательное выполнение минимум двух из следующих функций: проектирование; финансирование; строительство; реконструкция; модернизация; эксплуатация; техническое обслуживание.

На данный момент регламентирована только форма концессионных соглашений, отсутствие регламентации других моделей осуществления проектов ЧГП выступает препятствием для привлечения частного капитала в сферу публичной инфраструктуры, и поэтому сдерживается ее развитие.

Также сдерживает реализацию проектов ЧГП на региональном и муниципальном уровне отсутствие федерального закона о ЧГП, в настоящее время приняты региональные законы в 61 субъекте Российской Федерации, в том числе и в Омской области.

Сдерживающими факторами развития ЧГП являются не только пробелы в области законодательства. Более серьезная проблема связана с отсутствием механизма долгосрочного финансирования. Причина этого кроется не столько в дорогой стоимости кредитных ресурсов, и нежеланием финансовых институтов кредитовать на долгие сроки, сколько в отсутствие позитивных ожиданий предпринимателей на длительную перспективу. А проекты ЧГП, как правило, реализуются в период не одного десятка лет.

Итак, можно выделить следующие факторы, сдерживающие развитие отношений частно-государственного партнерства в Омской области: слабое развитие эффективной предпринимательской среды; наличие серьезных препятствий ведения бизнеса в России; регламентирована только одна форма частно-государственного партнерства –

«концессионное соглашение», которая не предоставляет никаких дополнительных прав и преимуществ частному инвестору; отсутствие федерального законодательства в области ЧП; отсутствие механизмов долгосрочного финансирования.