

СЕКЦИЯ 6. ЭКОНОМИКА ПРОБЛЕМЫ

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПРИНЦИПОВ ОТРАСЛЕВОЙ КЛАССИФИКАЦИИ И ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМ МАРКЕТИНГА И УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Ст. преподаватель кафедры ВЭМ Бакаев В.В.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Всякое предприятие, любой хозяйствующий субъект, осуществляющий производство и реализацию продукции, продажу или покупку, приобретение или передачу каких либо товаров или ценностей с использованием элементов рынков и обмена, неизбежно использует элементы систем маркетинга (рыночной деятельности) и управления (принятие и осуществление управленческих решений как всеобщий механизм направленных действий и движения объектов управления к определенной цели). Для эффективной деятельности предприятия и достижения наилучших результатов целесообразно использовать оптимальные системы и службы маркетинга (РД) и управления.

Оптимальными являются такие системы (и службы) маркетинга (РД) и управления, которые содержат и осуществляют необходимые и достаточные, присущие им функции, обеспечивающие эффективное функционирование предприятия во внутренней его среде (организованное взаимодействие всех внутренних факторов хозяйственной деятельности (ФХД) предприятия) и факторов внешней микро- и макро- среды на соответствующих рынках – рынках факторов производства (подготовительных, основного и вспомогательных подразделений) и рынках продукции предприятия – товаров, услуг работ.

Структура ФХД предприятия включает четыре основных группы факторов – *функциональные* (виды деятельности – управление, маркетинг, планирование, снабжение, НИОКР, организация, логистика, производство, реализация (и повторение кругооборота расширенного воспроизводства) и др.; *производительные* факторы – основной, оборотный, трудовой, информационный и др.; *результативные* – объем производства и реализации продукции, себестоимость, прибыль, рентабельность, финансовой устойчи-

вости и др.; *факторы в средствах производства и в системах* охраны труда, экологической безопасности и др. Всего более 50 факторов ХД предприятия. Большинство факторов имеет системный характер, т.е. представляют собой систему в виде множества элементов данного фактора, которые приобретаются и реализуются на различных рынках. Например, для основного производства это элементы-факторы средств производства, основных и вспомогательных материалов, энергоресурсов, трудовой капитал персонала, технологии, информация о достигнутом техническом и научном уровне (факторов и готовой продукции предприятия) и др. Товары предприятия могут быть предназначены для потребителей разных секторов и отраслей национального хозяйства. На разных рынках используются разные рыночные технологии и различные наборы функций их осуществления.

Для выбора необходимых функций систем маркетинга (СМ или СРД) и систем управления (СУ) для любого отдельного предприятия, организации, хозяйства разных отраслей и секторов экономики необходима общая классификация различных систем функций и рыночных технологий маркетинга (РД) и управления для создания (организации) и осуществления на предприятии соответствующих оптимальных систем и служб. Важным признаком оптимизации СМ и СУ является сочетание всеобщих (для всех отраслей), общих отраслевых и специфических для данного предприятия функций рыночной и управленческой деятельности.

Разработка и использование классификации СМ и СУ и их оптимальных параметров для различных отраслей и предприятий должна строиться на соотношении основополагающих признаков и принципов уровней и функций этих систем, что целесообразно осуществить на основе международных и отечественных систем и стандартов национального счетоводства (СНС-93), Международной стандартной организации по качеству (ISO), системы Всеобщего руководства (управления) качеством (TQM) и соответствующих стандартов по ГОСТ (прошлых периодов) и современных – ГОСТ Р ИСО.

СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК БАЗОВЫЙ КОМПОНЕНТ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ И УСТОЙЧИВОСТИ

К.э.н., доцент кафедры ВЭМ Гаврилова О.А.,

к.э.н., доцент кафедры ВЭМ Нестеренко Т.В.,

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета

В современных быстроменяющихся социально – политических и экономических условиях перед организацией, действующей на рынке товаров и услуг, стоит задача обеспечения не только выживаемости, но и непрерывного развития, наращивания своего потенциала. Поэтому возникающие проблемы управления привели к необходимости системного стратегического подхода к их решению.

Стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.

Различают четыре группы таких правил.

* Правила, используемые при оценке результатов деятельности организации в настоящем и в перспективе. При этом качественную сторону критериев оценки называют **ориентиром**, а количественное содержание – **заданием**.

* Правила, по которым строятся отношения организации с внешней средой, определяющие: какие виды продукции и технологии она будет разрабатывать, куда и кому сбывать свои изделия, каким образом добиваться превосходства над конкурентами. Этот набор правил называется **продуктово – рыночной стратегией** или **стратегией бизнеса**.

* Правила, по которым устанавливаются отношения и процедуры внутри организации. Зачастую их называют **организационной концепцией**.

* Правила, по которым организация ведет свою повседневную деятельность. Эти правила называются **основными оперативными приемами**.

Стратегии обладают определенными отличительными чертами.

- Выработка стратегии завершается не каким-либо немедленным действием, а лишь установлением общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций организации.

- Сформулированная стратегия может быть использована для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, во-первых, помочь сосредоточить внимание на определенных участках и возможностях, во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.

- Необходимость в реализации выработанной стратегии отпадает, как только реальный ход развития выводит организацию на желательные события.

- В ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Здесь зачастую приходится пользоваться сильно обобщенной, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.

- По мере того как в процессе поиска открываются конкретные альтернативы, появляется и более точная информация, которая может поставить под сомнение обоснованность первоначального стратегического выбора. Таким образом, успешное использование стратегии невозможно без обратной связи.

- Для отбора тех или иных проектов применяются как стратегии, так и ориентиры, поэтому может показаться, что это одно и то же, в то время как ориентир представляет собой цель, к которой стремиться организация, а стратегия – средство для достижения этой цели.

- Ориентиры – это более высокий уровень принятия решений. Стратегия, оправданная при одном наборе ориентиров, не будет таковой, если ориентиры организации изменяться.

- Стратегия и ориентиры взаимозаменяемы как в отдельные моменты, так и на различных уровнях организации. Некоторые параметры эффективности (например, доля рынка) в один момент служат ориентирами, а в другой – выступают в роли стратегии организации.

Слово «стратегия» произошло от греческого strategos, «искусство генерала». Именно strategos позволило Александру Македонскому завоевать мир.

Термин стратегия взят из военного лексикона, где он обозначает планирование и приведение в жизнь политики страны или военно–политического союза государств с использованием всех доступных средств. В общем смысле это понятие употребляется для обозначения широких долгосрочных мер или подходов. В лексиконе делового

управления оно стало употребляться для обозначения того, что раньше называлось политикой, или деловой политикой.

Стратегия большей частью формулируется и разрабатывается высшим руководством, но в ее реализации участвуют все уровни управления.

Стратегический план должен базироваться на фундаментальных исследованиях и фактических данных. Чтобы эффективно конкурировать в сегодняшнем мире бизнеса, предприятие должно постоянно заниматься сбором и анализом огромного количества информации об отрасли, конкуренции и т.д.

В процессе осуществления какой-либо деятельности организация или ее подразделение распоряжается своими ресурсами, находясь под воздействием определенных факторов. Здесь принято выделять девять факторов, которые называются **элементами стратегии**.

1. Миссия управления – основное предназначение предприятия, четко выраженная причина его существования, на основе которой разрабатывается дерево целей предприятия.

2. Конкурентные преимущества. Наиболее важно при разработке стратегии ответить на вопрос: как вести конкурентную борьбу?

3. Организация бизнеса характеризуется способом деления организации на более мелкие подразделения. Структура почти всех организаций связана с дифференциацией видов выпускаемой продукции или их групп, покупателей или рынков.

4. Продукция – это товары и услуги, которые предприятие предлагает покупателям на рынке. Для того, чтобы определить, насколько предлагаемая продукция соответствует структуре запросов покупателей, необходимо выяснить, предпринимались ли в недавнем прошлом организацией попытки проверить, насколько ее продукция отвечает потребностям покупателей.

5. Можно также установить, какая часть оборота связана с новыми товарами и услугами, чтобы иметь представление о том, как измениться продукция организации в целом. Здесь также важно уяснить, как организация, функционирующая в сфере материального производства, организует обслуживание, необходимое для реализации продукции, и оказание послепродажных услуг.

6. Рынки представляют собой сферу обмена товарами. Границы их определяются не только географией, но и особенностями применения или использования продукции.

7. **Ресурсы** охватывают как инвестиции, так и текущие затраты. Инвестиции, как правило, направляются на осуществление финансовой поддержки стратегии, позволяя таким образом судить о преобладающих ценностных ориентирах организации. Затраты средств на развитие рынков, обучение персонала и другие виды нематериального обеспечения тоже можно рассматривать как инвестиции.

8. **Структурные изменения**, т.е. приобретения и продажа предприятий, - важный показатель философии стратегического менеджмента организации. Структурные изменения предполагают существенное улучшение будущего организации.

9. **Программы развития, нацеленные на** развитие производства, расширение рынков сбыта, повышение деловой активности и т.д., - часть общей инвестиционной программы. Существующие в организациях планы исследований и разработок являются результатом стратегической политики и диктуются развитием технологии или потребностями рынка.

10. **Культура и компетентность управления** являются индикаторами стратегии. Всегда следует знать, насколько эффективен менеджмент и особенно как стимулируется или наказывается предприимчивость. Уровень притязаний организации обычно определяется администрацией, но при этом желательно, чтобы он был одобрен всеми ведущими исполнителями. Культура организации характеризуется ее отношением к ряду основных ценностей и складывается из:

- отношения к предпринимательскому риску;
- принятия предпринимательского духа, стремления к ведению дела на высоком уровне, ориентации на независимость;
- отношения к проблемам качества продукции и удовлетворения потребностей покупателей;
- отношения к людям (покупателям и служащим);
- отношения к работе (успехам и неудачам).

Таким образом, **стратегия** – представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ С ПОЗИЦИЙ ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА

*К.э.н., ст. преподаватель кафедры ВЭМ Гончарова Е. В.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Залог успешного развития экономики любого региона связан с эффективной инвестиционной деятельностью, особенно в сфере инноваций. Вложения в развитие инновационного потенциала региона способствует развитию реального сектора экономики, оказывает положительное влияние на процессы обеспечения прироста объема выпуска продукции, расширения ассортимента и повышения качества инновационных продуктов, снижения себестоимости инноваций, в глобальном аспекте - способствует решению социальных и экологических задач региона.

Для Волгоградской области на сегодняшний день основными перспективными направлениями развития инвестиционной деятельности определены:

- агропромышленный комплекс: животноводство (в том числе: свиноводство, птицеводство); овощеводство (в том числе: бахчевые); перерабатывающие производства;
- промышленность (металлопереработка, нефтепереработка, химическое производство, машиностроение);
- строительная индустрия (строительство жилья, производство строительных материалов);
- реализация инфраструктурных проектов (инфраструктурное обустройство «площадок» для производственных объектов на периферии);
- развитие инновационной деятельности (формирование конкурентоспособных кластеров).

В условиях рыночной экономики значимая роль в региональном стратегическом развитии принадлежит инвестиционной политике в инновационной сфере. Для успешной реализации этой политики необходимо наличие определенной совокупности элементов и организация их взаимодействия:

- создание благоприятного инвестиционного климата;

- формирование органов, ответственных за реализацию инвестиционной политики;

- создание и актуализация необходимой нормативной правовой базы, обеспечивающей и поддерживающей жизнеспособность инвестиционного процесса;

- выбор источников и методов финансирования инвестиций;

- определение оптимальных сроков реализации проектов;

- развитие частно-государственного партнерства в сфере инноваций.

В настоящее время с позиций частно-государственного партнерства можно выделить следующие виды поддержки малых инновационных предприятий:

- субсидирование части затрат на плату по договорам финансовой аренды (лизинга);

- субсидирование части затрат на сертификацию;

- субсидирование части затрат, связанных с выплатой вознаграждения по договорам поручительства;

- субсидирование части затрат на оплату образовательных услуг;

- субсидирование части затрат, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях;

- субсидирование части затрат на приобретение и внедрение инновационных технологий, оборудования и материалов по программам энергосбережения;

- оказание поддержки для начала ведения бизнеса;

- субсидирование части затрат действующих инновационных компаний на производство (реализацию) товаров, выполнение работ и оказание услуг;

- субсидирование части затрат на технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства.

Особую специфику имеет поддержка предпринимателей на муниципальном уровне. Здесь, в наибольшей мере совпадают интересы городских властей по развитию социально-экономической сферы и возможности предпринимателей участвовать в программах развития.

В Волгоградской области обеспечение благоприятного инвестиционного климата обусловлено:

- участием региона в Федеральных целевых программах;

- формированием и реализацией областных программ;

- наличием программных документов, определяющих задачи и цели социально-экономического развития региона, а также механизмов их достижения и реализации;

- эффективным взаимодействием государственных органов исполнительной власти Волгоградской области с бизнес-сообществом, например, посредством взаимодействия с ОАО «Корпорация развития Волгоградской области», созданной Администрацией Волгоградской области для снятия инфраструктурных ограничений для работы бизнеса в регионе, поиска инвесторов, развития индустриальных парков и технопарков на территории региона;

– наличием нормативной правовой и законодательной базы.

–

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ЗАПАСОВ ТРОСТНИКА ЮЖНОГО В РЕГИОНЕ И ПУТИ ЕГО РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

К. т. н., доцент Костин В.Е., ст. преподаватель Соколова Н.А.,

ст. преподаватель Александрова В.О.

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета

Тростник южный широко распространён на территории Волго-Ахтубинской поймы, а также на территории промышленной зоны города Волжского. Заросли тростника занимают обширные площади и являются местом обитания различных видов беспозвоночных, земноводных, птиц и млекопитающих. Традиционно тростник использовался как строительный материал, современные технологии позволяют придать продукции из тростника огне- и биостойкость и, тем самым, обеспечить определённые конкурентные преимущества по сравнению с другими строительными материалами. Другой перспективный способ утилизации тростника - производство топливных брикетов и гранул. Стебли тростника имеют высокопористую структуру, что позволяет использовать измельченный и частично пиролизированный тростник в качестве сорбента при аварийных разливах нефти и нефтепродуктов. Молодые побеги тростника представляют собой прекрасное сырьё для производства кормов и кормовых добавок, так как в них содержится много аскорбиновой кислоты, протеина, жиров, крахмала, клетчатки, других углеводов.

Тростник южный можно отнести к быстро возобновляемым биоресурсам, поэтому скошенный в зимний период тростник к осени полностью восстанавливает биомассу.

Естественно, что использование тростника, произрастающего на территории Волго-Ахтубинской поймы возможно только после проведения всесторонних экспертиз, которые должны определить все возможные последствия покосов тростника для экосистем поймы, предварительного мониторинга и изучения потенциальных возможностей использования тростника, как возобновляемого биологического ресурса.

Основной целью предлагаемой работы является определение мест произрастания тростника южного на территории и промышленной зоне города Волжского, а также оценка запасов тростника с целью определения наиболее рациональных методов его утилизации.

Запас сырья на единицу площади (урожайность, плотность запаса сырья) можно определить несколькими способами, выбор которых зависит от сырьевого органа и от жизненной формы изучаемого вида. Для травянистых растений, у которых в качестве сырья используют надземные органы, урожайность лучше всего определять методом учетных площадок. Сущность метода заключается в следующем: на исследуемом участке выбирается случайным образом от 5 до 15 площадок размером $2 \times 2 \text{ м}^2$. Тростник на этих площадках скашивается бензокосой (триммером). После скашивания весь тростник собирается и взвешивается на электронных весах, подсчитывается количество экземпляров и длина каждого десятого экземпляра. Так, как для изготовления из тростника таких видов товарной продукции, как строительные материалы или топливные брикеты необходимо знать влажность заготавливаемого сырья, поэтому с каждой площадки один образец должен отбираться для исследований на влагосодержание в лабораторных условиях.

Для определения площади участка, покрытого зарослями тростника, можно применять следующую методику: район исследования определяется на карте с помощью Интернет ресурса <http://maps.google.ru>, масштаб увеличивается до размеров, позволяющих определить на карте заросли тростника. Изображение с помощью функции сохранения экрана конвертируется в графический редактор «Компас». В «Компасе» заросли тростника выделяются по периметру, а затем определяется площадь полученной плоской фигуры в мм^2 . Так, как на экране карты в [maps.google](http://maps.google.ru) имеется масштабная шкала, то на этой шкале строится эталонный квадрат, площадь которого легко определить в истинных единицах (м^2) и в относительных с помощью графического редактора

«Компас». Тогда, определив, сколько квадратных метров зарослей тростника в одном квадратном миллиметре изображения на карте, легко определить истинную площадь участка зарослей. Расчёт биологических и эксплуатационных запасов тростника на обследованных участках проводится с помощью редактора Microsoft Excel.

В настоящее время совместно с природным парком «Волго-Ахтубинская пойма» проводится исследование по определению биологических и эксплуатационных запасов тростника южного.

Литература:

1. Каблов, В. Ф. Тростник южный – перспективный, возобновляемый ресурс Волго-Ахтубинской поймы/ В. Ф. Каблов, В. Е. Костин, Н. А. Соколова, Е. В. Гугуева, А. А. Олейников // Взаимодействие научно-исследовательских подразделений промышленных предприятий и вузов с целью повышения эффективности управления и производства: 6-я Межрегиональная научно-практическая конференция, г. Волжский, 18-19 мая 2010 г./ Волжский политехнический институт (филиал) ВолГТУ. – Волгоград, 2010. – С.248-250.
2. Соколова, Н. А. Перспективы использования тростника как возобновляемого ресурса, образующегося на территории Волго-Ахтубинской поймы/ Н. А. Соколова, В. Е. Костин, В. Ф. Каблов, И. В. Комкова // Материалы научно-практической конференции «ООПТ Нижней Волги как важнейший механизм сохранения биоразнообразия: итоги, проблемы и перспективы» 4-6 июня 2010 г., Волгоград, 2010. – С. 154-155.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

*К.э.н., доцент кафедры ВЭМ Ломакин Н.И.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

В современных условиях, характеризующихся процессами глобализации, внедрения интернет-технологий, возрастанием финансовых и кредитных рисков в преддверии «второй волны» глобального кризиса, вопросы оценки и повышения конкурен-

тоспособности кредитной организации приобретают важное значение. Ученые и практики предлагают различные подходы в определении понятия конкурентоспособности, а также разные методики оценки этого параметра и разработки путей ее повышения.

Актуальность обозначенной проблемы определяется действием количественных и качественных изменений, происходящих в экономике и финансах. С изменением внешней среды, обусловленных процессами глобализации финансовой сферы, широким использованием интернет-технологий в банковских расчетах, появлением принципиально новых продуктов и услуг, возрастанием всех видов риска, возникает необходимость пересмотра тех или иных подходов в вопросах оценки конкурентоспособности кредитных организаций.

В современной теории и практике известны различные пути, обеспечивающие повышение конкурентоспособности, однако отдельные вопросы недостаточно изучены. Так, сущность понятия конкурентоспособность в условиях формирования информационного общества претерпевает значительные изменения под действием ряда факторов, которые дают возможность по иному взглянуть на формирование подходов в определении этого сложного явления современной экономики.

Значительный вклад в изучение основ конкуренции и конкурентоспособности на различных этапах развития экономической теории, внесли такие известные зарубежные экономисты, как М. Портер, Адам Б., Дж. М. Кейнс, М. Фридман, Ф. Хайек, Д. Рикардо, Ф. Котлер, Л. Эрхард, Б. Олин, П. Самуэльсон, Э. Хекшер, Р. Макконнелл и Л. Брю и др. [1, 2].

Проблемы развития конкурентных отношений, конкуренции и конкурентоспособности в отечественной экономической литературе стали предметом исследования современных российских учёных, таких как: Абдульманов И.М., Зражевский В.В., Иншаков О.В., Гукова А.В., Гельвановский М., Савушкина Ю.В., Кудашева Ю.С., Кукчуков Р., Розанова Н. и других [3, 4].

Предполагается целесообразным внедрение системы мер, направленных на повышение конкурентоспособности коммерческих банков:

- осуществить оптимизацию организационной структуры банка путём выделения инновационных бизнес-направлений, в базовые «векторы» стратегического развития, уменьшения количества точек принятия решений;
- организовать систему управления банком с усилением экономических рычагов управления и оптимальным распределением полномочий;

- построить систему взаимоотношений с клиентами, сочетающую в себе стандартные технологии и индивидуальный подход;
- разработать маркетинговую политику банка, отвечающую предпочтениям и потребностям целевых групп существующих и потенциальных клиентов;
- повысить уровень информационно-технологической поддержки бизнеса банка;
- оптимизировать структуру и численность банковского персонала, обеспечить формирование коллектива профессионалов, способного решать современные задачи развития банка;
- довести качественно-технические характеристики учреждений банка до уровня современных кредитно-финансовых институтов, осуществлять дальнейшее развитие региональной сети по пути максимального приближения к пользователям услуг.

В целях достижения поставленных задач потребуется реализация комплекса мер:

- формирование клиентоориентированной стратегии развития;
- развитие розничного бизнеса;
- интенсификация использования кредитных линий;
- совершенствование и усиление системы внутреннего контроля;
- развитие информационных технологий;
- реализация кадровой политики.

Подробное рассмотрение каждой из мер позволяет выявить детали. На рынке розничных услуг основными направлениями развития кредитных учреждений являются увеличение доли присутствия на рынке розничных услуг и интенсификация использования кредитных линий международных финансовых институтов. Клиентоориентированная стратегия развития предполагает выстраивание организационной структуры банка на основе усиления специализации подразделений на обслуживании определённых категорий клиентов.

Построение единообразной внутренней структуры по основным направлениям бизнеса на уровне центрального аппарата, филиалов и отделений позволит обеспечить проведение системных маркетинговых исследований всех сегментов рынка банковских услуг, расширение продуктового ряда с учётом потребностей конкретных категорий клиентов, совершенствование технологии продаж услуг как с позиции повышения их качества для потребителей, так и экономического эффекта для банка. Ориентация функций конкретных структурных подразделений на обслуживание целевых групп

клиентов в технологическом аспекте повлечет за собой стандартизацию банковских продуктов и процедуру оказания услуг.

Осуществление перехода к вертикально интегрированной технологии планирования количественных параметров деятельности даст возможность определить степень участия конкретных направлений бизнеса и каждого из филиалов и отделений банка в достижении общих стратегических ориентиров развития. Для развития централизованной системы управления финансовыми потоками и ликвидностью необходимо проводить единую тарифную и процентную политику.

Систему управленческого учёта следует развивать в направлении детализации информации о доходах и издержках банка по видам совершаемых операций и местам возникновения, что позволит повысить качество аналитической работы, создаст предпосылки для выработки оперативных решений, связанных с повышением эффективности каждого составляющего элемента бизнеса банка.

К задачам менеджмента можно отнести усиление экономических механизмов управления структурными подразделениями, ориентирующих на достижение высоких конечных результатов деятельности. В качестве одного из таких инструментов может выступить новый порядок взаимоотношений центрального аппарата и филиальной сети при регулировании внутрибанковского процесса перераспределения ресурсов.

Единая система нормативов и лимитов обеспечит необходимую децентрализацию управления в сочетании с усилением вертикальной системы контроля. Развитие розничного бизнеса позволит повышать конкурентоспособность как в ближайшие годы, так и в долгосрочной перспективе.

Практика показывает, что достичь конкурентных преимуществ на рынке розничных услуг можно за счёт улучшения качественных характеристик банковских продуктов, полноты продуктового ряда, приближения инфраструктуры банка к пользователям его услуг.

На основе унификации стандартов и технологий продаж банковских продуктов целесообразно внедрение системы предоставления услуг физическим лицам по принципу "одного окна", позволяющее клиенту в одной точке обслуживания совершить максимально возможный перечень банковских операций.

Систематическое совершенствование линейки депозитных продуктов для физических лиц, при условии, что привлечения средств во вклады должны быть просты и понятны каждому клиенту, обеспечит увеличение ресурсной базы. Активному продвижению банка в сегмент рынка потребительских кредитов может способствовать разви-

тие программ кредитования с рядом крупных торговых сетей, внедрение экспресс-кредитования, выпуск кредитных карт, а также упрощение технологии выдачи и погашения кредитов.

Не менее важным элементом развития розничного бизнеса является разработка пакетов банковских продуктов, ориентированных на целевые клиентские группы. Расширение спектра услуг, предоставляемых держателям пластиковых карточек, увеличение количества обслуживаемых объектов технической инфраструктуры обеспечит рост доли безналичных расчётов посредством пластиковых карточек. Пластиковые карточки должны рассматриваться банком не как отдельный продукт, а как средство обеспечения доступа клиентам к целому комплексу банковских продуктов, связанных со сбережением, расчётами и кредитованием.

Создание дополнительных офисов обслуживания населения в крупных населенных пунктах и сельской местности, установление удобного для клиентов режима работы подразделений банка может способствовать продвижению банка на рынке розничных услуг. С учётом экономической целесообразности, повышения конкурентоспособности и обеспечения комплексного подхода в обслуживании клиентов банку следует увеличивать объёмы выданных кредитов различным категориям субъектов хозяйствования и частных лиц.

К основным задачам кредитной политики можно отнести:

выполнение задач по кредитной поддержке организаций агропромышленного комплекса в соответствии с решениями органов государственного управления;

постепенная диверсификация кредитного портфеля по отраслевой принадлежности заёмщиков с поддержанием устойчивой тенденции опережающих темпов роста кредитов физическим лицам;

поддержание, с учётом складывающейся конъюнктуры на денежно-кредитном рынке, приемлемого уровня рентабельности кредитных операций;

минимизация воздействия кредитных рисков на результаты деятельности.

Целесообразно, чтобы основным критерием для установления кредитных отношений с клиентами стала подтверждённая платёжеспособность потенциального кредитополучателя. В целях недопущения отрицательного влияния кредитных рисков на финансовую устойчивость на постоянной основе необходимо осуществлять жёсткую классификацию кредитов по степени их надёжности. В отношении проблемной задолженности наряду с принятием всего комплекса мер к её возврату, должны приниматься

меры к формированию в необходимых объёмах резервов на покрытие возможных убытков по активам, подверженным кредитному риску.

Как свидетельствует практика, совершенствование и усиление системы внутреннего контроля банка способствует повышению эффективности ведения банковской деятельности в условиях осуществления преобразований организационной структуры и системы управления, активизации развития розничного бизнеса.

Целью совершенствования системы внутреннего контроля является эффективная защита интересов собственников и кредиторов за счёт минимизации финансовых потерь от нарушений и ошибок, допускаемых в ходе осуществления бизнес-процессов банка, возможных случаев мошенничества, злоупотреблений и незаконного присвоения средств.

Для достижения этой цели, на основе анализа потенциальных видов риска банка, необходимо решать задачи по выработке, совершенствованию и реализации чётких и эффективных процедур и методов контроля, охватывающих все этапы бизнес-процессов.

Основными направлениями развития системы внутреннего контроля должны стать:

обеспечение системного контроля всех операций и внутренних процедур с обязательным указанием разделения полномочий и ответственности должностных лиц за выполняемые операции на всех стадиях их совершения, а также определение порядка осуществления предварительного, текущего и последующего видов контроля, установление и своевременный пересмотр лимитов операций;

совершенствование контроля в сфере организации бухгалтерского учёта, обработки информации и достоверности отчётности;

совершенствование оценки факторов риска и их влияния на результаты деятельности банка;

регулярный пересмотр системы внутреннего контроля и периодический анализ качества её работы.

При этом в рамках общего развития и усиления системы внутреннего контроля особое внимание должно уделяться новым, внедряемым бизнес-направлениям и видам деятельности. Также важным является принятие новых локальных нормативных правовых актов, регламентирующих деятельность вновь создаваемых структурных подразделений, в которых будут чётко определены точки контроля при выполнении банковских операций и исключён конфликт интересов.

Практика свидетельствует о том, что обязательным условием для поддержания конкурентоспособности на рынке кредитно-финансовых услуг и обеспечения безопасного функционирования является системное развитие информационных технологий. В целях повышения уровня информационно-технологической поддержки бизнеса следует проводить работу по выбору и внедрению современной интегрированной автоматизированной банковской системы (АБС). Переход на использование единой АБС призван решить задачи по достижению сквозной обработки данных, ускорению процесса внедрения новых банковских продуктов и обеспечению стандартизированного подхода в технологии их продаж, построению на более высоком качественном уровне системы управленческого учёта.

Развитие коммуникационной среды обеспечит клиентам интерактивный доступ к своим счетам, базам финансовой информации посредством систем удалённого обслуживания и каналов мобильной телефонной связи.

Реализация мер по созданию высоконадёжной защищённой корпоративной системы передачи данных с достаточной пропускной способностью, обеспечению надёжного функционирования программно-технических комплексов и защиты информации от несанкционированного доступа позволит повысить надёжность банка.

Внедрение системы делопроизводства на основе электронного документооборота с использованием сертифицированной электронной цифровой подписи обеспечит ускорение бизнес-процессов, повышение производительности труда и экономии материально-технических ресурсов в центральном аппарате и подразделениях банка.

Совершенствование работы с персоналом является одним из важнейших факторов для успешной реализации всего комплекса стратегических задач развития банка. Кадровая политика должна быть сконцентрирована на формировании коллектива профессионалов, способных в быстро изменяющихся условиях функционирования рынка кредитно-финансовых услуг укрепить позиции банка. В процессе подбора и расстановки кадров рекомендуется более активно использовать процедуру конкурсного отбора кандидатов на замещение вакантных должностей. В целях более объективной оценки уровня профессиональной подготовки всех категорий специалистов, их способности выполнять возложенные функциональные обязанности и более полного использования потенциала каждого работника на системной основе следует проводить аттестацию всех категорий банковского персонала.

В качестве важного инструмента планирования в сфере кадровой политики и создания условий для профессионального роста наиболее перспективных работников

должна выступить система формирования резерва кадров на ключевые должности на всех уровнях управления банком.

Наряду с организацией непрерывного процесса повышения профессиональной подготовки всех категорий персонала, необходимо поощрять стремление работников к получению более высокого уровня профильного образования и освоения новых востребованных специальностей в учебных заведениях.

Следовательно, повышение конкурентоспособности банка обусловлено эффективным менеджментом, маркетинговыми исследованиями рынка, внутренним контролем, безопасностью информационных технологий. Основными направлениями повышения конкурентоспособности банковских услуг являются ориентация на потребителей, совершенствование технологии оказания услуг, как с позиции качества, так и с позиции экономического эффекта. Если банковскую конкуренцию определить как соперничество рыночных субъектов, заинтересованных в достижении одной и той же цели, то цель каждого банка состоит в том, чтобы клиент выбрал и приобрел именно его конкретную услугу. Российским коммерческим банкам следует по-новому подходить к вопросам деятельности в условиях усиливающейся конкуренции, рассматривая их сквозь призму сотрудничества с российскими и зарубежными электронными платежными системами, что позволит получить дополнительные конкурентные преимущества и дополнительную прибыль.

Литература:

1. Портер, М. Международная конкуренция. М. – Международные отношения.- 1993. – 254 с.
2. Макконел, К.Р. Экономикс: Принципы, проблема и политика/ К.Р. Макконел, Л.С. Брю. В 2 Т.: Пер. с англ. Т1. М.: Республика, 1993. - 399 с.
3. Абдульманов, И. М. Экономическая конкурентоспособность хозяйствующих субъектов. автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.01, Казань : 2006. – 34 с.
4. Зражевский, В. В. Теоретические и методологические основы обеспечения конкурентоспособности банковской системы Российской Федерации : автореферат дис. ... доктора экономических наук : 08.00.10, Санкт-Петербург : 2008. – 34 с.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ КОНЦЕПТ ПРЕВЕНТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Д.ф.н., профессор кафедры ВЭМ Лукьянов Г.И.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Трансформация экономической системы, экономические реформы, проводимые в течение последнего десятилетия в РФ, изменение характера конкуренции, осложняют процессы формирования и механизмы реализации инвестиционной, финансовой, структурной, инновационной политики на всех уровнях управления основного звена хозяйственной системы – предприятия. Превращение нашей страны в открытую экономическую систему, глобальные изменения на мировые рынке, достаточно свободный доступ на рынки иностранных конкурентов, кризисные проявления в мировой экономике вызывают необходимость научного анализа проблем, связанных с разработкой теории и методологии превентивного управления рисками промышленного предпринимательства, совершенствованием методов регулирования воспроизводства на макро и микроуровнях.

Неустойчивое состояние многих российских предприятий остро ставит задачу интенсивного поиска действенных мер, обеспечивающих условия для мобилизации их внутренних резервов и порождает необходимость разработки новых подходов к управлению предпринимательскими структурами, учитывающих динамику развития социально – экономических отношений. Требуется обоснования новая система эффективного управления конкурентоспособностью предпринимательских структур. Характерные для промышленного предпринимательства риски образуют систему взаимосвязанных рисков, управление которыми требует учета их взаимосвязей и разработку и реализацию превентивных мер, направленных на разрыв цепочек рисков и снижение тяжести негативных последствий и воздействия.

В обыденной жизни и в своей профессиональной деятельности человек постоянно имеет дело с рисками – политическими, геополитическими, социальными, экономическими, коммерческими, финансовыми, технологическими и т.д. Возможность отрицательной реализации риска – возникновения ущерба – заставляет отнестись очень серьезно к проблеме управления рисками. Тем более что с развитием общественного

производства сфера возникновения риска постоянно расширяется, а размер возможных отрицательных последствий – увеличивается.

Вместе с тем управление рисками предполагает, что мы зачастую сталкиваемся с неопределенностью прежде всего в силу необходимости предвидеть будущее и угадывать то, что нам неизвестно, исходя из настоящего и прошлого. Успешное управление рисками зависит от готовности менеджеров решать нерешенные проблемы, связанные с неопределенностью, т.е. как раз те проблемы, с которыми мы обычно не имеем дела, либо не замечая их, либо отрицая их значимость. Неспособность корректно сформулировать проблему, адекватно её концептуализировать, вычислить вероятность и потенциальные последствия тех или иных рисков обуславливает плохую подготовленность к умелому управлению будущим.

Риск является постоянным компонентом деятельности, обусловленным объективными и субъективными факторами и состоящий в вариативности её последствий, в результате чего невозможно предвидеть, предсказать, просчитать с абсолютной точностью результаты производимых действий, ответить на вопрос: почему среди этих вариантов могут оказаться как негативные последствия (убытки, ущерб, аварии и т.п.), так и положительные результаты? В целом, феномен риска определяется как форма проявления человеческой субъективности в объективно обусловленных социально-экономических ситуациях, когда последние выступают либо как предопределенность, либо как неопределенность и требуют от социального субъекта выбора своего поведения в качестве ответа на угрозы и вызовы времени.

Сегодня управление рисками рассматривается скорее не как средство избежать риска или снизить ущерб от него, а как ключевой элемент стратегического принятия решений. Идея на риск, мы можем создавать новую стоимость. Управление рисками – это способ, пользуясь которым мы пытаемся найти оптимальный баланс между приобретенными благодаря рискам возможностями и стоимостью защиты, необходимой нам, чтобы выжить в случае неудачи. Как отмечает П. Бернстайн, суть управления рисками заключается в том, чтобы контролировать ситуацию в максимально большом количестве областей и минимизировать число совершенно неподконтрольных нам сфер жизни. Связь же между причиной и следствием от нас скрыта.

В условиях современной рыночной экономики многочисленные риски, оказывая взаимное влияние друг на друга, порождают новые риски, и, в конечном итоге, вызывают финансовые потери, снижающие эффективность и конкурентоспособность предпринимательских структур. Многочисленность и сложность категории «риск», взаим-

ное влияние и случайный характер предпринимательских рисков затрудняют их адекватную оценку, прогнозирование и разработку эффективных методов управления. Превентивное управление рисками промышленного предпринимательства – это процесс разработки и реализации скоординированных упреждающих действий, нацеленных на предотвращение и минимизацию ущерба от воздействия рисков промышленного предпринимательства и максимизацию возможностей субъекта предпринимательства при позитивном воздействии рисков.

В мире бизнеса и капиталовложений риск – ключевое условие получения реальной прибыли от инвестиций. Когда предприниматель организует новое дело, он осознает возможность полной или частичной потери своих вложений. Он надеется на прибыль, компенсирующую этот риск. Поэтому, чем выше риск, тем значительнее ожидаемая прибыль: чем выше вероятность убытка, тем больше компенсация за этот убыток. В условиях нестабильной экономики основой эффективного управления рисками промышленного предпринимательства является разработка и реализация скоординированных упреждающих действий, нацеленных на предотвращение и минимизацию ущерба от воздействия рисков и максимизацию возможностей субъекта предпринимательства при позитивном воздействии рисков, т.е. превентивное управление.

Необходимо идентифицировать риски с учётом факторного анализа их взаимного влияния, формировать систему потенциальных рисков на основе стандартных базовых структур, предупреждать риски ошибочных решений при решении стержневых задач управления хозяйственной деятельностью и применять принципы и методы ситуационного моделирования для упреждающей обработки методов и инструментов управления. Для решения задачи идентификации рисков необходимо классифицировать риски, характерные для предпринимательской деятельности промышленных предприятий, являющихся основным звеном промышленных предпринимательских структур. Предлагаются следующие принципы системой классификации этих рисков:

- отражение хозяйственной сущности классифицируемых рисков;
- включение в систему классифицируемых рисков всех классов рисков, воздействие которых может нанести ущерб или повысить возможности субъекта предпринимательства;
- классификация должна являться базой унифицированного ядра системы взаимосвязанных рисков промышленных предприятий;
- внутренние и внешние риски субъекта предпринимательства должны выделяться в отдельные группы.

В последние годы необходимость построения теоретической базы превентивного управления рисками промышленного предпринимательства обусловила развитие исследований, посвященных этой проблеме. В частности, эти вопросы рассматриваются в работах А.С. Афанасьева, К.В. Балдина, Е.В. Доценко, Л.М. Макаревича, Н.В. Паршина, В.С. Токаренко, Н.В. Хохлова, А.С. Шапкина и др.

Для построения системы рисков необходимо систематизировать риски на основе введения понятий факторных и результативных рисков и деления на градации. Градация рисков показывает, по отношению к каким группам рисков данный риск является факторным, а по отношению к каким – результативным. К факторным рискам относятся риски, влияющие на другие риски, которые рассматриваются как результативные. Градация риска характеризует «место» возникновения риска в цепочке бизнес – процессов предприятия. На основе систематизации методов превентивного управления предпринимательскими рисками можно выявить два основных подхода, применяемых при управлении рисками: смягчающий и исключаящий подходы. Смягчающий (нейтрализующий) подход, предполагает выполнение упреждающих действий, направленных на снижение тяжести последствий реализации риска. Исключаящий (предотвращающий) подход, предполагает реализацию упреждающих действий, направленных на исключение реализации риска.

Механизм воздействия превентивного управления рисками на эффективность промышленного предпринимательства характеризуется разнообразием инструментов и способов их воздействия на эффективность промышленного предпринимательства, что определяет необходимость использования комплексного этих инструментов при управлении рисками. Комплексный подход является наиболее действенным подходом, обеспечивающим превентивное управление рисками. Это вытекает, в частности, из необходимости разрыва кольцевых структурных рисков, представляющих собой подсистемы рисков, содержащие результативные риски, являющиеся факторными по отношению к рискам предыдущих градаций. С другой стороны даже высокопрофессиональное применение методов предотвращения рисков в условиях объективно существующей неопределенности не может дать их реализации, что обуславливает необходимость применения нейтрализующего (смягчающего) подхода. Таким образом система превентивного управления рисками промышленного предпринимательства должна реализовать механизм обратной связи принимаемых управленческих решений и показателей эффективности предпринимательской деятельности. Ключевая роль промышленного предпринимательства обусловлена тем, что именно оно создает товарную продукцию, кото-

рая является основой материально-технической базы всех видов предпринимательской деятельности.

СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

*К.э.н., доцент кафедры ВЭМ Максимова О.Н., ассистент кафедры ВЭМ Дума М.О.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Инвестиции играют существенную роль в функционировании и развитии экономики. Обеспечивая накопление фондов предприятий, производственного потенциала, инвестиции непосредственно влияют на текущие и перспективные результаты хозяйственной деятельности. При этом инвестирование должно осуществляться в эффективных формах, поскольку вложение средств в морально устаревшие средства производства, технологии не будет иметь положительного экономического эффекта.

Рассматривая возможность инвестирования для предприятия важна еще одна характеристика, отражающая его истинное положение на конкурентных рынках это - инвестиционный потенциал предприятия.

Инвестиционный потенциал предприятия характеризуется его способностью формирования собственных и привлечения заемных инвестиционных ресурсов. Структура инвестиционного потенциала предприятия включает потенциал производственных (капитальных) инвестиций и потенциал финансовых инвестиций.

Инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений, подразделяют на следующие виды:

– оборонительные инвестиции, направленные на снижение риска по приобретению сырья, комплектующих изделий, на удержание уровня цен, на защиту от конкурентов и т.д.;

– наступательные инвестиции, обусловленные поиском новых технологий и разработок, с целью поддержания высокого научно-технического уровня производимой продукции;

– социальные инвестиции, целью которых является улучшение условий труда персонала;

– обязательные инвестиции, необходимость в которых связана с удовлетворением государственных требований в части экологических стандартов, безопасности про-

дукции, иных условий деятельности, которые не могут быть обеспечены за счет только совершенствования менеджмента;

– представительские инвестиции, направленные на поддержание престижа предприятия.

В зависимости от направленности действий выделяют:

– начальные инвестиции (нетто-инвестиции), осуществляемые при приобретении или основании предприятия;

– экстенсивные инвестиции, направленные на расширение производственного потенциала;

– реинвестиции, под которыми понимают вложение высвободившихся инвестиционных средств в покупку или изготовление новых средств производства;

– брутто-инвестиции, включающие нетто-инвестиции и реинвестиции.

Следует отметить, что экономическом анализе применяется и иная группировка инвестиций, осуществляемых в форме капитальных вложений.

К финансовым инвестициям относятся вложения:

1) в акции, облигации, другие ценные бумаги, выпущенные как частными предприятиями, так и государством, местными органами власти;

2) в иностранные валюты;

3) в банковские депозиты;

4) в объекты тевэвращии.

Финансовые инвестиции лишь частично направляются на увеличение реального капитала, большая их часть — непроизводительное вложение капитала.

В классической модели рыночного хозяйства преобладающими в структуре финансовых инвестиций являются частные инвестиции.

Государственные инвестиции представляют собой важный инструмент дефицитного финансирования (использование государственных займов для покрытия бюджетного дефицита).

Инвестирование в ценные бумаги открывает перед инвесторами наибольшие возможности и отличается максимальным разнообразием.

Это касается как видов сделок, осуществляемых при операциях с ценными бумагами, так и видов самих ценных бумаг. Во всем мире этот вид инвестиций считается наиболее доступным.

Инвестирование в ценные бумаги может быть индивидуальным и коллективным. При индивидуальном инвестировании происходит приобретение государственных или

корпоративных ценных бумаг при первичном размещении или на вторичном рынке, на бирже или внебиржевом рынке. Коллективное инвестирование характеризуется приобретением паев или акций инвестиционных компаний или фондов.

Инвестиции в иностранные валюты – один из наиболее простых видов инвестирования. Он весьма популярен среди инвесторов, особенно в условиях стабильной экономики и невысоких темпов инфляции.

Таким образом, рассматривая структуру инвестиционного потенциала предприятия следует отметить, что он представляет собой не только способность предприятия привлечь и рационально использовать внутренние и внешние инвестиции, но и важнейшую функцию расширенного воспроизводства производственной мощности предприятия.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩИХСЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

К.э.н., доцент кафедры ВЭМ Медведева Л.Н.,

магистрант кафедры ВЭМ Медведев А.В.,

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета

Представление человечества о равновесном характере функционирования экономики, устанавливаемом рынком на основе конкуренции, привело к появлению мирового кризиса, и отрыву показателей развития мирового хозяйства от реальной действительности. На начальном этапе, глубина разворачивающегося финансово-экономического кризиса, оказалась недооцениваемой не только учеными, но и институтами власти, в связи с игнорированием его фундаментальной причины - исчерпанности функционирующей модели мироустройства и образа жизни людей.

Страны и народы оказались перед неприятной ситуацией, которая сложилась в период после отмены золотого стандарта и переходу властей США к отрицательной величине национального накопления, которой способствовала постоянная массивная эмиссия бумажных денег. В силу значительного избытка денег неподкрепленного соответствующим объёмом общественного продукта, но с высоким и постоянно растущим спросом, экономика США оказалась перед дилеммой: сохранения роста нацио-

нальной экономики и исполнения взятых международных обязательств. Толчком к кризису послужил крах ипотечной системы США, начиная с 2008 г. огромное количество банков, фондов обанкротилось или понесли колоссальные убытки. Кризис - саморазрушения «пирамиды» долговых обязательств США, «виртуализации» финансовых операций, провоцирующих дальнейший отрыв финансового рынка от реального сектора экономики, процесс обесценения финансового капитала в условиях структурного кризиса экономик ведущих стран, связанного с исчерпанием возможностей экономического роста, стал основой формирования нового технологического уклада.

Мировой кризис оказал свое воздействие и на развитие городов, в том числе и средних городов, в которых динамика происходящих процессов определяется тем особым положением, которое они занимают между крупными городскими агломерациями и сельскими поселениями. Согласно исследованиям компании McKinsey, доля средних городов в мировой экономике в ближайшее десятилетие, должна возрасти с текущих 11% до 40%.¹ В посткризисный период в парадигме функционирования глобально-информационного общества, один из вопросов напрямую связан с установлением приоритетных направлений развития этой группы городов

Из 1100 городов России - 936(85%) составляют города с населением до 100 тыс.чел, 12 городов имеют население более одного миллиона, 25 городов с численностью от 500тыс. до 1 млн. чел; 36 городов с численностью от 250 тыс. до 500тыс. чел; 91 город с численностью от 100 тыс. до 250тыс.чел.² Сегодня, группа средних российских городов - это устойчивые поселения в границах определенного муниципального образования с численностью населения от 100 до 500 тыс. человек, являющиеся самостоятельными участниками гражданских (имущественных) правоотношений, имеющие разностороннюю хозяйственную специализацию и развитую городскую инфраструктуру. Исключением являются региональные центры и особые территориальные зоны (ЗАО), которые имеют свою законодательную базу и систему трансфертного финансирования из федерального центра.

Группа средних городов (восемьдесят девять городов)по своему составу и состоянию социально-экономической сферы достаточно неоднородна. По базовым показателям состояния экономики средние города можно разделить на три группы: развивающиеся за счет факторов производства, развивающиеся за счет эффективности использования ресурсов и развивающиеся за счет инновационной деятельности

¹ Исследование McKinsey: Урбанизированный мир в 2025 году. Ресурсы: Интернет

Группа средних промышленно-индустриальных городов (16 городов) имеет, самый высокий показатель по объему произведенных продуктов и оказываемых услуг на душу населения и реакция этой группы на экономическую ситуацию в стране отличается от поведения других кластеров. Анализ деятельности промышленных предприятий этой подгруппы за 2010 год показал, что процесс рецессии, обусловленный мировым финансово - экономическим кризисом был преодолен и реальный сектор городской экономики начал постепенное оздоровление.

Город как большая система характеризуется множеством показателей, которые не могут быть сведены к единому интегральному показателю, поскольку многие из них являются неаддитивными, их невозможно складывать один с другим. В существующих моделях одни перечни показателей оказываются перенасыщенными в одних областях и, напротив, недостаточными, или даже отсутствуют, в других важных областях. Методика, исследования степени развития города основывается на расчетах индекса развития города, который включает: индекс городского продукта, индексы здоровья и образования населения, индексы инфраструктуры и организации удаления отходов, а также диалектике общего развития с характеристиками всех подсистем городской среды.

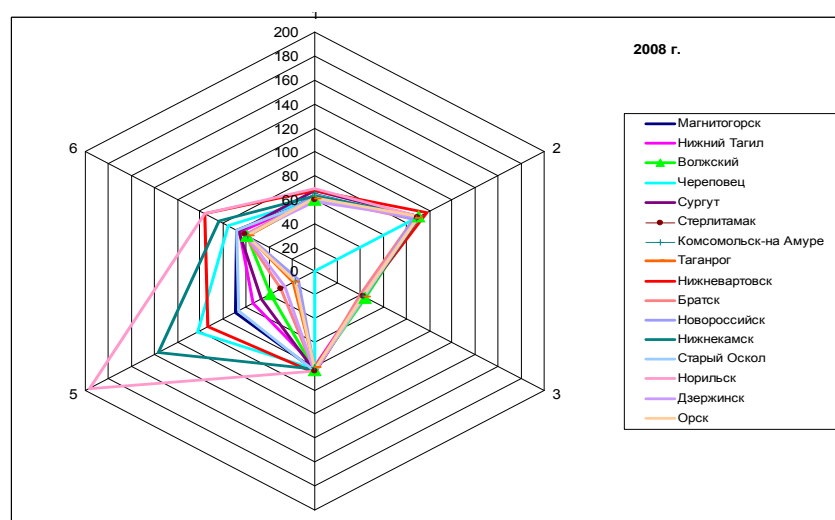


Рисунок 1. Сравнительная характеристика индексов развития группы средних городов, где 1-индекс инфраструктуры, 2- индекс организации сбора и удаления отходов, 3-индекс здоровья населения, 4-индекс образования населения, 5-индекс городского продукта, 6-индекс развития города

² Итоги переписи населения 2010 года URL <http://www.perepis-2010.ru/>

С одной стороны, жизнь в средних городах во многом зависит от предприятий и организаций, размещенных здесь, уровнем их функционирования (прибыльностью или убыточностью), стратегической значимостью, качеством и количеством используемой рабочей силы, энергетическими, транспортными и иными потребностями. С другой стороны, средние города – это самостоятельные территории со всей необходимой инфраструктурой, с устоявшимся положением в регионе и сети городов. Не нарушая логической целостности представленного явления, средние города можно рассматривать с одной стороны, как подсистему региональной экономики; а с другой, как подсистему территориального расселения людей.

Посткризисное управление должно более полно обеспечивать включение городского хозяйства в мирохозяйственные связи и международные инвестиционно- инновационные сценарии развития, а системный и кластерный подходы формулировать стратегические задачи и обеспечивать институциональные условия саморазвития, нарабатывать механизмы государственно-муниципального и предпринимательского взаимодействия.

Города будущего – во-первых, это города-интерфейсы, которые находятся в постоянном интерактивном взаимодействии с каждым горожанином, во-вторых, города в которых, городские власти вместе с учеными и общественностью ведут поиск новых решений в области рационального хозяйствования и природопользования, повышении энергоэффективности городских объектов, создании безопасной среды проживания, развитию доступной транспортной инфраструктуры и безотходных технологий.

Литература:

1. European Charter of local self-government // Reforms of local self-government in the Western European countries. М., 1993.
- 2.Медведева Л.Н. Средний город: миф и реальность. Совершенствование управления городами в городскую эпоху Журнал «Городское управление».- 2011.- N12.- С.53-59.
- 3.Старовойтов М.К. Старовойтова Я.М., Медведева Л.Н. Урбанизированный мир. Совершенствование управления городами в городскую эпоху. Журнал «Экономическое возрождение России». - 2011. - №4 (30). С. 126 - 130.

АГРАРНАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ, НАПРАВЛЕННОЙ НА УС- ТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ

*Зам. ген. директора по экономике и финансам ЗАО «ОРТЕХ», к.э.н. Медведева Л. Н.,
ген.директор ЗАО «ОРТЕХ», к.э.н. Юдаев И. Г.,
к.э.н. доцент ВолГТУ Оноприенко Ю.Г.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Основными целями аграрной политики страны являются повышение конкурентоспособности и качества российской сельскохозяйственной продукции, сохранение и воспроизводство природных ресурсов, формирование эффективно функционирующего рынка сельскохозяйственной продукции, создание благоприятного инвестиционного климата и повышение объема инвестиций в сфере сельского хозяйства, наблюдение за ценами.

В 2011 году, по предварительным данным, рост валового продукта сельского хозяйства составил 15% относительно аналогичного периода 2010, т.е. показатель превысил уровень 2009 г. В тоже время показатели урожайности сельскохозяйственных культур в РФ отстают от большинства развитых стран мира, таких, как Нидерланды, Германия, Финляндия, Австрия, США, Китай. Для сравнения, в 2008 г. урожайность зерновых и зернобобовых культур составляла в РФ 23,8 ц с одного га, против 82 ц/га в Нидерландах, 35,4 ц/га - в Финляндии, 65,4 ц/га - США. Урожайность картофеля в РФ в 2008 г. - 138 ц с одного га против 456 ц/га в Нидерландах, 261 ц/га в Финляндии, 442 ц/га в США.

В течение последних трёх лет Минсельхозом России активно проводилась работа по созданию необходимой нормативно-правовой базы: принято 15 постановлений Правительства Российской Федерации, разработано 25 законопроектов, со всеми субъектами Российской Федерации заключены соглашения с субъектами федерации, предусматривающие поддержку сельского хозяйства из федерального бюджета, а также с 45 союзами (ассоциациями), ОАО «Россельхозбанк», ОАО «Росагролизинг» и Россельхозакадемией.

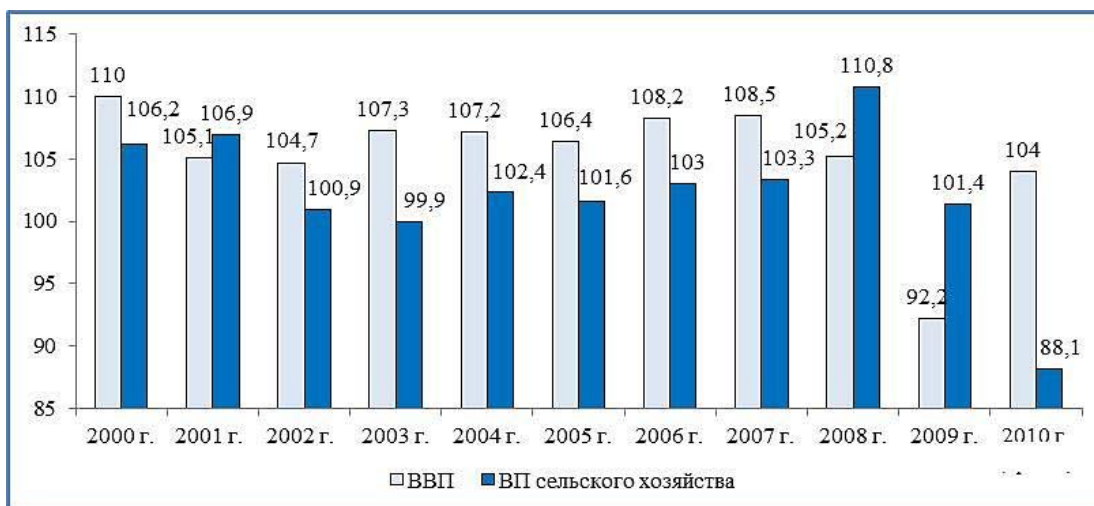


Рисунок 1 – Темпы роста ВВП продукции сельского хозяйства в 2000-2010 гг., % к предыдущему году. Источник: на основе данных Росстат РФ

Сельскохозяйственная отрасль в значительной степени зависит от мер государственной поддержки, основными задачами которой являются обеспечение доступности кредитных ресурсов и обеспечение обновления основных средств. В 2010 г. на осуществление мероприятий по достижению финансовой устойчивости сельского хозяйства из федерального бюджета было израсходовано 73 млрд. руб. Но данные мероприятия не перекрывают весь спектр проблем накопившихся в АПК. Правительством России на перспективу до 2020 года были установлены приоритеты в области научных исследований и государственной поддержки АПК.

К приоритетам первого уровня развития сельского хозяйства были отнесены: в сфере производства – развитие зернового комплекса, включающего селекцию и семеноводство; в социальной сфере - устойчивое развитие сельских территорий; в сфере развития производственного потенциала - мелиорация земель сельскохозяйственного назначения; в экономической сфере - повышение доходности сельхозтоваропроизводителей; в институциональной сфере - развитие кооперации и территориальных кластеров; научное и кадровое обеспечение. В приоритеты второго уровня вошли: развитие овощеводства, плодоводства; обеспечение животноводства растительным кормовым белком; экологическая безопасность сельскохозяйственной продукции; наращивание экспорта сельскохозяйственной продукции; минимизация логистических издержек и др. До настоящего времени остаются нерешенными ряд проблем, которые сдерживают дальнейшее развитие аграрного комплекса страны. В их числе: оформление хозяйствующими субъектами прав на землю. Земельные права подавляющего большинства

сельскохозяйственных товаропроизводителей (как юридических лиц, так и граждан) должным образом не оформлены.

По оценкам Государственного университета по землеустройству, в настоящее время около 80% сельхозпроизводителей не оформили свое право на земельные участки; второе - организация государственного мониторинга земель, создание единой автоматизированной информационной системы Реестра федеральной собственности АПК; третье – обеспечение эффективности использования мелиоративных сооружений. Одна из причин их низкой отдачи - искусственное разделение некогда единого мелиоративного комплекса страны на трёх собственников

Россия занимает четвертое место по площади пашен в мире (115 млн. га). В настоящее время мелиорированные земли занимают от 4% до 8%, по разным оценкам, от общей площади пахотных угодий. Для сравнения, наибольшая площадь пашен в мире приходится на США - 179 млн. га, там орошается 13%. В Индии - 170 млн. га, орошается 32%. Урожайность на орошаемых землях в 3-4 раза выше по сравнению с богарными землями. На орошаемых землях производится около 15% валового производства растениеводческой продукции РФ, в т.ч. до 70% овощей. К настоящему времени значительная часть мелиоративных систем в России находится в неудовлетворительном состоянии.

В 2010 году вследствие засухи пострадали 895 районов и более 25 тысяч крестьянско-фермерских хозяйств. Гибель сельскохозяйственных культур произошла на площади более 13,3 млн. га, что составляет 29% от площади посевов сельскохозяйственных культур в этих регионах, в то же время в засушливых регионах, но на орошаемых землях урожайность снизилась лишь на 12%, а в некоторых хозяйствах даже выросла.

Одна из причин низкой урожайности значительный износ сельскохозяйственной техники или её нехватка. В 2010 году по сравнению с 1990г. количество тракторов сократилось в 4,1 раза, землеуборочных комбайнов - в 7 раз, разбрасывателей удобрений - в 6,5 раза, дождевальных машин и установок - в 14 раз. В настоящее время обеспеченность сельскохозяйственной техникой (в частности, количество тракторов и зерноуборочной техники на 1 тыс. га сельхозугодий) в 5-40 раз ниже аналогичного показателя западных стран.

Существующий парк сельхозтехники в России является устаревшим: по мнению экспертов, до 70% техники изношено физически, а доля морально устаревшей техники превышает 90%.

Увеличение мощностей по производству дождевальных машин имеет высокую значимость в контексте реализации «Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» (2008 - 2012 и 2013 - 2020 гг.) и проекта Подпрограммы «Развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения на период с 2013 по 2020 годы». За 2010-2011 гг. рынок дождевальных машин РФ вырос в 2,5 раза по сравнению с 2008 - 2009 г. Прогнозируется, что к 2015 - 2020 гг. спрос вырастет еще в несколько раз.

На настоящий момент более 90% новых дождевальных машин импортируется. На российском рынке оросительной техники представлено более 15 марок зарубежных производителей широкозахватных и шланго-барабанных дождевальных машин. В основном, это техника 3-го поколения: широкозахватные дождевальные машины кругового и фронтального действия, работающие как на электроприводе, так и на дизель-генераторе, в автоматическом режиме от закрытой сети, площадь орошения от 50 до 450 га.

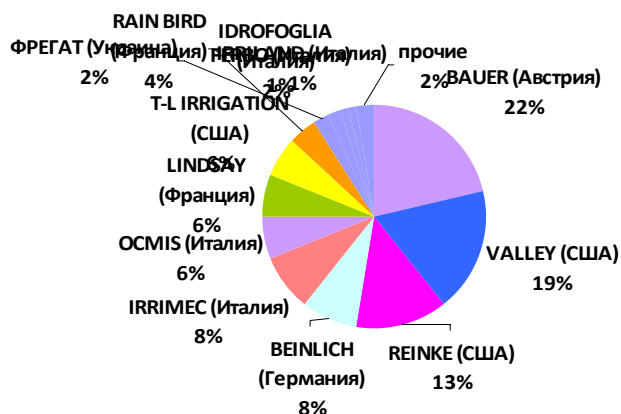


Рисунок 2 – Доли западных марок в импорте дождевальных машин в РФ (по таможенной стоимости), 2010 г. Источник: на основе данных ВЭД РФ

Однако в России на данный момент нет производства высокотехнологичной поливальной техники нового поколения, несмотря на большой опыт дождевания в советский период и наличие современных научных исследований и разработок. Строительство в Волгограде завода по производству оросительной техники для нужд агропромышленного комплекса России мощностью 3,0 тыс. штук широкозахватных дождевальных машин в год на основе австрийских технологий в значительной мере решило бы проблемы растущего спроса на современные экономичные машины.

Австрийская компания BAUER работает на рынке оросительной техники с 1930 г., имеет представительства более чем в 80 странах мира: Бразилии, США, Великобритании, Германии, Венгрии, Чехии. На российском рынке дождевальные машины BAUER являются лидерами по объему продаж, их доля в структуре импорта в 2011 г. составила 22%. Цена выпускаемой на волгоградском заводе поливной машины будет составлять 2,8 млн. руб. (около 84 тыс. долл.), что относит её к ценовому диапазону «ниже среднего - средний» относительно лидеров импорта BAUER, Valley, Reinke, IRRIMES.

В настоящее время средняя цена на широкозахватные дождевальные машины импортного производства в России - 4 - 6 млн. руб. за шт.

Проектная мощность будущего завода - 3 тыс. шт. соответствует прогнозируемому спросу в 2015 - 2020 гг. Текущий объем рынка в 2011 г. находится на уровне 1,0 тыс. шт. дождевальных машин. Фактическая потребность оценивается в 50 тыс. шт. В соответствии с программой «Развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения на период с 2013 по 2020 годы» к 2015 - 2020 гг. платежеспособный спрос на дождевальные машины может достигнуть уровня 5 - 7 тыс. шт. в год. Мощности завода позволят покрывать 30% российского рынка дождевальных машин.

РОЛЬ СИСТЕМЫ ИНФРАСТРУКТУРНОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАЗВИТИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

*К.э.н., доцент кафедры ВЭМ Мироседи С.А., ассистент кафедры ВЭМ Мироседи Т.Г.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Последние годы все актуальнее становится проблема развития малого предпринимательства (МП) и повышения его вклада в российскую экономику. Одним из важнейших факторов, от которого зависит решение данной проблемы, является формирование адекватной времени и российским условиям инфраструктуры. Ее цель – создание благоприятных условий развития МП путем обеспечения их комплексной и адресной поддержки. Малый бизнес – важнейший сектор экономики, от которого зависят темпы

экономического роста, состояние занятости населения, объем валового внутреннего продукта. Не случайно МП названо опорой России, на него возложена миссия эффективного развития экономики страны. Главной экономической функцией МП является создание широкого спектра товаров и услуг в условиях быстрой дифференциации и индивидуализации потребительского спроса [1, с. 123].

Сегодня МП, находящимся в неблагоприятных условиях, вследствие ограниченности собственных ресурсов и возможности на равных конкурировать с крупными фирмами, самостоятельно создающими свою инфраструктуру (собственные банки, учебные центры, юридические и маркетинговые подразделения и др.), нужна поддержка сторонних субъектов. Необходима система специализированных институтов, занимающихся разработкой и реализацией государственной политики в сфере МП, которые создаются и действуют при государственном участии либо по инициативе самих предпринимательских кругов (фонды, кредитные, страховые и государственные учреждения, технологические парки, бизнес-инкубаторы, промышленные полигоны, учебные, консультационные, информационные и др. структуры).

Система инфраструктурной поддержки МП – это совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, осуществляющих регулирование деятельности предприятий, оказывающих образовательные, консалтинговые и другие услуги, необходимые для развития бизнеса и обеспечивающие среду и условия для производства товаров и услуг.

Об успешном формировании и развитии системы инфраструктурной поддержки МП, а также эффективном её функционировании можно судить, рассматривая опыт зарубежных стран, таких как, США, Япония, Китай, страны ЕС, занимающих первые места по вкладу в мировой ВВП. Согласно их опыту, система инфраструктурной поддержки призвана решать следующие вопросы:

1. формирование адекватной времени законодательной и правовой базы, разработка программ содействия малому бизнесу;
2. обеспечение доступа к финансовым ресурсам: возможность получения на выгодных для МП условиях кредитов и займов;
3. оказание помощи в подготовке квалифицированных кадров;
4. формирование грамотной политики в области налогообложения МП;
5. получение МП госзаказов и наличие стабильных рынков сбыта;
6. создание системы информационной и консультационной поддержки и др.

Наличие сбалансированной системы инфраструктурной поддержки МП ведет к увеличению числа малых предприятий и развитию имеющихся, что в свою очередь благоприятно сказывается на экономическом развитии страны. Следовательно, к функциям системы инфраструктурной поддержки малого бизнеса можно отнести следующие:

1. Увеличение вклада МП в ВВП страны (до 60 % к 2020 году), что должна обеспечить система инфраструктурной поддержки.

2. Увеличение налоговых поступлений в государственный бюджет и бюджеты муниципальных образований, за счет развития МП (чем больше малых предприятий, тем больше налогов они платят).

3. Развитие МП в наукоемких отраслях промышленности, таких как микроэлектроника, вычислительная техника, роботостроение, атомное и аэрокосмическое производства, микробиологическая промышленность и др. В западных странах наукоемкое производство составляет до половины валовой продукции всей обрабатывающей промышленности.

4. Увеличение занятости населения, сокращение безработицы и, как следствие, увеличение уровня жизни населения. По данным комитета занятости Волгоградской области за 2011 год зарегистрировано более 160 тыс. безработных, из которых 80 % имеют рабочие специальности. Последствия безработицы влекут за собой потерю квалификации, ухудшение психического здоровья и повышение криминогенной ситуации в области (стране).

Подводя итог, можно сделать вывод, что роль системы инфраструктурной поддержки малого предпринимательства весьма значима, так как она гарантирует стабильное функционирование малого бизнеса, что необходимо для дальнейшего развития экономики нашей страны.

Литература:

1. Погарская А. Актуальные проблемы субъектов малого предпринимательства в условиях кризиса / Погарская А. // Вестник Института экономики РАН. 2010. № 1 – С. 123-129.

1.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЦЕССА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

*Ст. преподаватель кафедры ВЭМ Рекеда В.В.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Понятие «управление продажами» является комплексным и многоплановым термином, к которому пока ещё не сформировалось общепринятого подхода.

Объясняется это тем, что, во-первых, его можно рассматривать как процесс управления людьми, которые занимаются продажами, включая такие обязательные этапы, как подбор персонала, мотивация, обучение и т.д.. Когда управление продажами представляет собой подбор менеджеров по продажам и их обучение, организацию работы отдела (-ов) продаж, организацию документооборота и взаимодействие между практически всеми подразделениями, принимающими участие в обслуживании клиентов.³

Во-вторых, управление продажами можно рассматривать, как автоматизированный процесс управления каналами сбыта в целях повышения эффективности взаимодействия с клиентами. Необходимость одновременного регулирования этих двух процессов и представляют собой специфику управления продаж.

Управление продажами - это область практики, формирующаяся на стыке менеджмента и маркетинга, что объясняет включение в систему управления продажами элементов, как маркетинга, так и менеджмента.

Сегодня к управлению продажами проявляются всё большее внимание и интерес, поскольку управление вышеназванным комплексом элементов на высоком уровне сегодня не под силу очень многим компаниям, так как в российских фирмах пока хорошо развиты только отдельные элементы системы управления продажами. Однако к положительным тенденциям развития системы управления продажами на отечественных предприятиях можно отнести рост интереса к данной сфере и попытки российских компаний реорганизовать систему управления продажами при реструктуриза-

³ Ковальков, В.П. Эффективные технологии в маркетинге / В.П. Ковальков . - Спб.: Экономическое образование, 2008.

ции в процессе слияний и поглощений. К реализуемым мерам реорганизации работы системы управления продажами относятся:

1. выделение функции продаж в отдельную единицу.
2. пересмотрение отношений с клиентами, полный отказ от бартера, введение жёстких сроков отсрочки по платежам, отказ от отгрузки, в случае наличия у клиента задолженности, установление сроков подачи заявок клиентами.
3. внедрение в практику управления системой продаж составление регулярных планов и отчётов по продажам, ведение простейшего учёта и попытка анализировать показатели оборота в динамике (использование так называемого инструмента планирования продаж).
4. усиление внимания повышению профессионального уровня специалистов по продажам.
5. повышение внимания к вопросам ориентированности на клиента и поддержания отношений с постоянными клиентами, которые обеспечивают компаниям такие преимущества, как стабильность, репутация и сокращение расходов.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Д.э.н., профессор, заведующий кафедрой ВЭМ Старовойтов М.К.,

к.э.н., доцент кафедры ВЭМ Медведева Л.Н.,

*к.п.н., доцент кафедры экономической теории *Тимошенко М.А.,*

Волжский политехнический институт (филиал)

Волгоградского государственного технического университета

**ФБГОУ ВПО «Волгоградский социально-педагогический университет»*

Активные исследования последнего времени показывают, что острая фаза мирового кризиса закончилась, но кризисные процессы в разных областях глобальной экономики продолжают, а некоторые кризисные риски ещё продолжают прогнозироваться на предстоящий период. Будущее городских территорий во многом зависит от умений институтов власти принимать оптимальные решения, учитывающие интересы

федерального центра, предпринимателей и общественности. Таким образом, развитие территорий обуславливает необходимость активизации научного поиска новых нестандартных решений, инструментария обеспечения выбранного вектора развития.

Для принятия адекватных управленческих решений в области управления территориями необходимо понимание общих закономерностей и трендов посткризисного развития, установление объективных и субъективных ограничений и «коридора возможностей». Центрально-периферийная модель пространственного развития, предложенная в свое время Дж. Фридманом, показала, что концентрация человеческих и финансовых ресурсов в крупных городских агломерациях создает предпосылки для последующих инновационных изменений в разных по статусу поселений, в том числе и сельских с лагом во времени.

Состояние экономики, бюджетов и рынка труда сильно различается по регионам и городам, но при этом ориентиры будущих изменений воспринимаются как широкое общественное явление, имеющее общую стартовую платформу. Как известно, любой технологический уклад есть явление социальное и главным предметом будущих изменений является само общество. При рассмотрении города как социально-экономической системы необходимо акцентировать внимание на сбалансированности его составляющих структур: социальной, экологической, промышленной, инвестиционной и финансовой. Исходя из этого город можно рассматривать, не только как подсистему социально-экономического комплекса региона, но и как самостоятельную экономическую систему с циклом воспроизводственного процесса, и лишь, свойственными для неё особенностями протекания социальных и экономических процессов.

Целью функционирования территориальной экономики является обеспечение достаточно высокого уровня и качества жизни населения на основе учета следующих принципов: обеспечение тщательного учета потребностей населения города через исследование состояния и динамика функционирования рынков и предпринимательских структур; создание условий для максимального приспособления структуры городской города к факторам внутреннего и внешнего воздействия; брэндирование городских территорий с целью привлечения инвестиций и бизнеса.

Эффективность городской экономики достигается не только объемом, но качеством общественного продукта и оказываемых услуг в области здравоохранения, образования, жилья, спортивных и культурных мероприятий, регулированием цен и тарифов, выработкой оптимальной налоговой политики и формированием системы общественной информации.

Основная задача в посткризисный период - обеспечение условий для ориентации экономики на перестройку структуры и поступательный рост производства, достижение социального и экологического благополучия и прогресса. Все это достигается через формирование эффективных институтов управления, создаваемой нормативно-правовой базы, нацеленных на поддержку инновационного предпринимательства.

Перспективы социально-экономического развития российских городов можно описать в виде сценарных прогнозов. При разработке этих прогнозов, следует в первую очередь, учитывать влияние базовых факторов и барьеров пространственного развития. Второй основой для прогноза являются сложившиеся неравенства и устойчивые тренды территорий. И только третьим компонентом может быть прогноз властей и политики в области модернизации. Тогда основные тренды развития будут вполне предсказуемы и включать:

- ускоренное инновационное развитие на основе снижения институциональных и инфраструктурных барьеров;
- привлечение инвестиций в транспортную инфраструктуру и энергоэффективные строительные технологии;
- стимулирование конкуренции за инвестиции и человеческий капитал через создание благоприятного предпринимательского климата;
- прогнозируемый рост мобильности населения.

Задачи дальнейшего устойчивого роста и подготовки к новым глобальным кризисам обуславливают необходимость создания новой - детерминированной информационно-интеллектуальной модели управления, которая будет призвана занять центральное место в стратегии развития городов с учетом возрастающего значения когерентности (согласованности) различных колебательных или волновых процессов на различных этапах функционирования городской экономики. Это, в свою очередь, требует интеграции механизмов принятия управленческих решений органами государственно-муниципального управления и крупными производственными и финансовыми корпорациями; объединения информационных средств и интеллектуальных технологий управления с другими сопряженными с ними сферами информационно-когнитивной деятельности на уровне распределенных информационных систем.

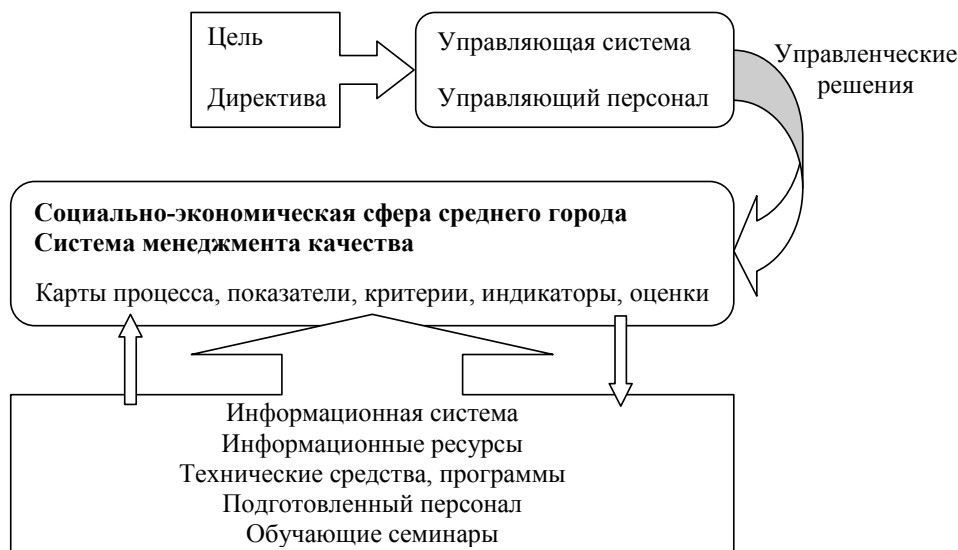


Рисунок 1 – Схема использования информационных технологий в администрации города. Источник: составлено автором.

Последовательная увязка перечисленных элементов позволит создать предпосылки построения крупных информационных систем поддержки принятия институтами власти управленческих решений. Современный подход к использованию информационных технологий в городах включает в себя: центральный сервер, сеть, компьютеризированные рабочие места, программные продукты, что составляет полный набор функций по работе с документами в соответствии с требованиями и стандартами российского делопроизводства.

Применение информационных технологий и систем создает предпосылки для построения постиндустриальной информационно-интеллектуальной системы управления, позволяющей городским властям самим выбирать траекторию накопления знаний и выработки управленческих компетенций, необходимых для повышения эффективности управления городами.

Ситуация в современной городской экономике сопровождается трансформацией ее прежних контуров, и в этой связи большое значение имеет создание «Умных городов» и интеллектуальной управленческой среды, которые могут стать интегрирующей платформой для достижения целей модернизации и технологического развития экономики России.

Литература:

1. Фридман, Дж. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости / Пер. с англ. - М.: Дело, 1997.
2. Инновационная система России: Модель и перспективы её развития, выпуск 1. М.: РУДН, 2002

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА - ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*К.п.н., доцент кафедры экономической теории Тимошенко М.А.,
ФБГОУ ВПО «Волгоградский социально-педагогический университет»*

Управление персоналом имеет практически такую же древнюю историю, как и человечество, поскольку оно появилось одновременно с возникновением первых форм человеческих организаций--племён, общин, кланов. По мере экономического развития и появления крупных предприятий, управление персоналом превратилось в важную функцию. В результате научно-технического прогресса и усложнением производства на предприятиях стали создаваться специальные подразделения по работе с персоналом. Начиная с 30-х годов XX века, расширились функции этих подразделений. Они стали заниматься административированием льгот и поддержанием отношений с профсоюзами, подбором, обучением и развитием персонала, созданием систем компенсации, развитием карьеры, коммуникации. Особенно выросло значение этих подразделений XXI веке.

Маркетинг персонала означает содержательное расширение функции производственного маркетинга в области управления человеческими ресурсами. Он включает следующие понятийные элементы: маркетинг как основной принцип управления, ориентированного на рынок; маркетинг как метод систематизированного поиска решений; маркетинг как средство достижения конкурентных преимуществ организации.

В существующих зарубежных подходах к определению состава и содержания задач маркетинга персонала выделяют два подхода: первый рассматривает персонал в широком смысле и маркетинг в данном случае понимается как определённая философия и стратегия управления человеческими ресурсами через создание благоприятных условий труда, содействующих повышению его эффективности. Второй подход предполагает толкование маркетинга персонала в более узком смысле – как особую функцию службы управления персоналом. Эта функция направлена на выявление и покрытие потребности предприятия в кадровых ресурсах. В узком смысле маркетинг персонала предполагает выделение определённой специфической деятельности службы управления персоналом, причём эта деятельность относительно обособлена от других направлений работы кадровой службы.

Информационная функция маркетинга персонала состоит в создании информационного базиса, который предоставляет собой основу планирования в области сегментирования рынка и коммуникаций по целевым группам (сегментам рынка). Она может быть дифференцирована на следующие более частные функции: изучение требований, предъявляемых к должностям и рабочим местам; исследования внешней и внутренней среды предприятия; исследование рынка труда; изучение имиджа предприятия как работодателя [1,с.112-113].

Основой системы маркетинговой информации по персоналу являются источники этой информации, а именно:

- учебные программы и планы выпуска специалистов в учебных заведениях;
- учебные программы дополнительного обучения в коммерческих учебных центрах и для курсов переобучения при биржах труда;
- аналитические материалы, публикуемые государственными органами по труду и занятости;
- информационные сообщения служб занятости;
- специализированные журналы и специальные издания, посвящённые вопросам трудоустройства;
- рекламные материалы других организаций в особенности организаций–конкурентов;
- беседы специалистов по персоналу-маркетингу с потенциальными сотрудниками предприятия, с внешними партнёрами, с работниками своей организации.

Анализ требований, предъявляемых к рабочим местам, формирует систему требований, которые предприятие-работодатель предъявляет персоналу, претендующему на определённые вакансии. Требования к персоналу выражаются, как правило, в группах параметров. К ним относятся: способности, уровень полученного образования, практические навыки, опыт работы в определенной должности, необходимые знания, способность к восприятию нагрузок, способность к обучаемости, сфера профессиональных интересов, личностные качества необходимые для определенного вида деятельности и т.д. Указанные качественные параметры определяются характером труда в той или иной должности, или на том или ином рабочем месте. В свою очередь, характер труда определяет те требования, которые предъявляются к рабочему месту. Предметом анализа и прогнозирования, кроме требований к рабочему месту, является связанная с ним квалификация сотрудника, выраженная через параметры требований к персоналу.

Предметом исследования внешней и внутренней среды предприятия являются факторы или условия, в которых происходит производственная деятельность организации. Внешняя и внутренняя среда предприятий раскрывается через содержание соответствующих внешних и внутренних факторов. Под внешними факторами понимаются условия, которые организация как субъект управления, как правило, не может изменить, но должна учитывать для правильного определения потребности в персонале и оптимальных источников покрытия этой потребности. К внешним факторам, определяющим содержание маркетинга персонала, можно отнести следующие факторы: общеэкономическая ситуация, состояние отрасли, развитие технологий, особенности социальных потребностей, развитие законодательства, кадровая политика организации.

При решении вопросов персонал – маркетинга следует учитывать вопросы трудового законодательства, его возможного изменения в обозримом периоде времени, особенности законодательства в области охраны труда, занятости и т.п. Чёткость и конкретность системы целеполагания определяет строгую направленность долгосрочной политики предприятия. Её цели и задачи формируют стратегию маркетинга в области персонала. Точная оценка потребности и возможностей предприятия в финансировании мероприятий по управлению персоналом определяет выбор альтернативных или компромиссных вариантов в области планирования потребности в персонале, её покрытие, использование кадров, их подготовки [5;с 64].

Фактор – кадровый потенциал предприятия распространяется как на среду маркетинговой деятельности, так и на управление персоналом в целом. Он связан с оценкой возможностей специалистов кадровой службы, с правильным распределением обязанностей между ними, что во многом определяет успех реализации плана персонал-маркетинга. Фактор – источники покрытия кадровой потребности можно рассматривать как внутренний с точки зрения возможности выбора предприятиями тех источников покрытия кадровой потребности, которые соответствуют состоянию остальных внутренних и внешних факторов: целям предприятия, финансовым ресурсам, тенденциям развития технологий и т.д. Полный и точный учёт всех вышеперечисленных факторов определяет уровень и особенности реализации маркетинговой деятельности в области управления персоналом.

Существенными направлениями анализа внешнего рынка труда являются: структура рынка труда, в том числе секторная, региональная, возрастная, квалификационная, профессиональная мобильность рабочей силы; источники покрытия потребности в персонале; пути покрытия потребности в персонале; поведение конкурентов на рынке

труда; стоимость рабочей силы. Исследование внутреннего рынка труда направлено на покрытие потребности в персонале за счёт внутриорганизационных источников.

Предмет изучения имиджа предприятия – её образ на внутреннем и внешнем рынке труда. Это изучение должно обеспечить отправные пункты для мероприятий по улучшению имиджа работодателя, чтобы он представлялся преимущественным перед конкурентами с точки зрения как потенциальных, так и работающих на предприятии сотрудников [3, с. 44]. К инструментарию исследования имиджа можно отнести: проведение опроса мнений работников предприятия, её партнёров, потребителей и других групп людей; анализ компаний найма, в особенности неудачных мероприятий по подбору кандидатов; изучение претензий высказываемых работниками в процессе деловой оценки, адаптации или в рамках специально организованной системы рассмотрения претензий; целенаправленный анализ данных исследования рынка труда. При помощи информационной функции персонал-маркетинга можно идентифицировать те области, которые могут затруднить долговременное обеспечение человеческими ресурсами. К этим областям можно отнести, например, напряжённое состояние рынка труда, отсталую систематизацию профессий и должностей или негативный имидж предприятия.

Цель всех коммуникационных мероприятий в рамках маркетинга персонала – установление и реализация путей покрытия потребностей в персонале. Предпосылкой эффективного выполнения коммуникационной функции является сегментирование труда. Сегментирование представляет собой процесс разделения спроса на персонал и его предложения на отдельные элементы, отличающиеся сходной реакцией на определённый мотив занятости. Основными методами сегментирования рынка труда являются факторный и кластерный анализы. Факторный анализ выделяет критерии формирования целевых групп. Кластерный анализ выделяет носителей определённых признаков, отличающихся однородностью. Эффективное сегментирование позволяет более чётко определить основной предмет взаимоотношений работодателя с рынком труда – установление и практическое использование источников и путей покрытия потребности в персонале.

Источники покрытия потребности в персонале могут быть внешними и внутренними по отношению к организации-работодателю.

Активные пути покрытия потребности в персонале:

- предприятие набирает персонал непосредственно в учебных заведениях посредством заключения двухсторонних соглашений, как с данным учебным заведением, так и с участником обучения;

- предприятие представляет заявки по вакансиям в местные или межрегиональные службы занятости (биржи труда);
- предприятие использует услуги консультантов по персоналу, и могут также выполнять посреднические функции по подбору кандидатов и услуги специализированных посреднических фирм по найму персонала;
- предприятие привлекает новый персонал через своих сотрудников;
- предприятие заключает лизинговые соглашения с другими работодателями на определенных условиях предоставления кадровых ресурсов.

Пассивные пути покрытия потребности в персонале:

- предприятие сообщает о своих вакантных местах через рекламные объявления в средствах массовой информации;
- предприятие ожидает претендентов после проведения рекламной компании местного характера.

Перечисленные варианты путей привлечения персонала связаны с внешними источниками покрытия потребности в кадрах. Собственное предприятие может рассматриваться в качестве внутреннего источника. Пути покрытия потребности в персонале в данном случае являются: перемещение сотрудников в рамках одного или нескольких подразделений; перемещение сотрудников на более высокий иерархический уровень предприятия (как правило, с получением дополнительного обучения); формирование новой функциональной роли сотрудника в рамках прежнего рабочего места при соответствующем дополнительном обучении [4,с.63].

Качественно новый уровень развития экономики не может быть достигнут без эффективного использования персонала предприятий и фирм всех форм собственности. Маркетинг персонала становится одним из важнейших факторов выживания предприятий в условиях рыночных отношений.

Литература:

1. Абамова М. Б., Чернов С.Е. Коммуникации и управление производством и маркетингом,- М.: ИНЭП. 1995.
2. Збрицкий А.А. , Сидунова Г. И. Кадровая политика социально- экономических систем: инновационной стратегии. Волгоград. ВолГУ. 2004.
3. Сидунова Г. И., Носова Л. И. Инновационные технологии управления персоналом Волгоград. Перемена. 2002.

4. Старовойтов М.К. Современная российская корпорация. Организация. Опыт. Проблемы – М.: Наука. 2001.
5. Управление персоналом . / Под ред. К.П. Илиневой.- М.: Дело. 2001.

ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ

*К.ф.н., доцент кафедры ВЭМ Чередниченко И.А.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Под «трудовыми отношениями» понимается многообразие социальных отношений складывающихся в процессе и по поводу труда на предприятии между его главными участниками - работодателями и наемными работниками [5, с. 67]. Управление персоналом связано с регулирующим воздействием руководителя на работников предприятия на основе властных отношений.

В советское время официальная идеология не признавала существования конфликтных отношений между руководством и работниками предприятия. Целью для тех и других провозглашалось увеличение народного богатства в масштабах всей страны. С началом реформ 1990-х гг. признание частной собственности и формирование реального рынка труда актуализируют проблему трудовых отношений.

Экономисты либерального толка трактуют ее исключительно как отношения, между продавцом и покупателем; которые добровольно заключают сделку. Во многом это действительно так. Но все же; отношения между работодателем и наемным работником выходят далеко за рамки отношений продавец-покупатель.

Необходимо учитывать, что труд неотделим от его субъекта - работника. Поэтому трудовая деятельность не может быть оторвана от прочих составных частей человеческой жизни. Это значит, что работодатель должен принимать во внимание интересы и потребности работника. А результаты труда во многом зависят от характера отношений между работодателем и наемным работником. Ведь работник может трудиться с разной отдачей, контролировать качество своей работы, проявлять разную степень лояльности к своему нанимателю.

Интересы работодателя и наемного работника не идентичны. Наиболее важными сферами их столкновения являются следующие: гарантии рабочего места, интенсивность труда (нормы выработки), уровень оплаты труда, условия и содержание труда (характер трудовых задач). Вокруг этих проблем разворачивается конфликт, а вернее торг между работниками и управленцами. Можно утверждать, что потенциальная возможность (угроза) социальных конфликтов - это одна из особенностей социально-трудовых отношений.

Трудовые отношения и управление персоналом в постсоветской России обладают определенной спецификой [см.: 2, с. 54-72].

1. Персонификация управления. В настоящее время управление российскими предприятиями во многом носит персонифицированный характер. Это означает, что судьба самого бизнеса и построение системы управления напрямую связаны с деятельностью и характеристиками отдельной личности. Один из недостатков подобной организации бизнеса - сильная зависимость экономических результатов компании от деятельности отдельного человека.

Хотя роль лидера в бизнесе всегда была высока, впоследствии в управленческой науке и практике акцент сместился на построение рациональных организационных структур, способных эффективно функционировать независимо от отдельных личных черт того или иного руководителя или работника. Эти компании обладают гораздо большей жизнеспособностью.

Современная западная экономика - «экономика юридических лиц» или «экономика предприятий», которые являются главными хозяйственными агентами. Сегодня большинство крупнейших мировых корпораций — акционерные общества, деятельность и имидж которых зачастую не связаны напрямую с именами конкретных людей. В России же компания ассоциируется с определенной личностью. Так, когда упоминается «ЮКОС», подразумевается, что это бывшая империя М.Ходорковского, «Лукойл» — компания В.Аликперова, «Норильский Никель» - В.Потанина, «Северсталь» — А.Мардашева и т.д.

Некоторые отечественные ученые даже делают вывод о том, что в России сложилась «экономика физических лиц», в которой основными самостоятельными агентами, принимающими важные хозяйственные решения, являются не юридические лица, а отдельные личности [1, с. 44]. В результате их поведение в значительной степени определяет ситуацию в экономике. А успех в конкурентной борьбе также обеспечивается не

столько различиями в технологиях и организации производства; сколько личными связями руководителей во властных структурах.

Российская компания — не обезличенный механизм (как типичная западная компания), а своеобразное «семья». Возглавляет ее сильная яркая, харизматическая личность, в соответствии с личными качествами которой формируются и «личностные качества» самой компании. Владелец и руководитель российской компании является не «первым винтиком» идеального корпоративного механизма (как владелец западной компании), а «монархом», что дает ему гораздо большую власть и свободу, но при этом возлагает на него гораздо большую ответственность, чем в западных компаниях [см.: 4, с. 15-27].

2. Авторитарный стиль управления. Персонификация управления часто ведет к его авторитарному характеру. В ходе рыночных реформ российские предприниматели восприняли экономическую свободу как неограниченную свободу своих действий.

Российские руководители весьма своеобразно трактуют свои права, и обязанности в условиях рыночной экономики. Они воспринимают их в духе самых крайних проявлений либерализма: «я — хозяин, что хочу, то и делаю», «не нравится здесь работать — уходи».

Все это привело к еще большему усилению авторитарного стиля управления. Так, по данным Р.Клейнера в к. XX - нач. XXI вв. более чем на 60% предприятий распространен авторитарный стиль управления, и лишь на 5% — демократический [1, с. 39]. Сегодня в России в отличие от большинства европейских стран законодательно закрепленные права участия работников в управлении отсутствуют.

Способность самих работников к организации коллективных действий созидательного характера, методичному отстаиванию своих интересов довольно слаба. Причина кроется в особенностях социального облика российского работника, для которого характерна пассивность, конформизм, привычка уступать («отходить: в сторону») в конфликтных ситуациях, требующих принципиальности и личных усилий, надежда на патронаж «доброе начальника» и т.п. В отличие от развитых западных стран, где существует разветвленная структура профсоюзов, политических партий и других организаций (от национального до местного уровня), российским работникам не на кого опереться и в организационном плане [3, с. 67-68]. Отечественные аналоги этих организаций недостаточно развиты, озабочены проблемами политической борьбы и только ищут свою нишу в новом общественном пространстве.

Литература:

1. Клейнер Г. Современная экономика России как «экономика физических лиц» // Вопросы экономики. 2004. №4.
2. Преобразование предприятий. Американский опыт и российская действительность. / Под общей ред. Д. Лоуга, С. Плеханова, Дж. Симмонса. СПб : Вече, Персей, 2007.
3. Хоффер Ф. Профсоюзы и советы предприятий (представительство интересов наемных работников в условиях социальной рыночной экономики Германии) // Полис. 2003. №1.
4. Чирикова А. Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности. М.: Институт социологии РАН, 2011.
5. Экономика труда и социально-трудовые отношения. Под ред. Г. Г. Меликьяна, Р. П. Колосовой. М.: Издательство Московского университета, 2006.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА СТРАХОВЫХ УСЛУГ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

*К.э.н., ст. преподаватель кафедры ВЭМ Филиппова Т.А.,
Волжский политехнический институт (филиал)
Волгоградского государственного технического университета*

Сегодня, как никогда, страхование играет огромную роль, как в экономике страны в целом, так и в отдельных регионах. Страхование является одним из самых прибыльных и серьезных рынков. Человеку всегда было присуще желание как-то обезопасить себя от вредоносных последствий жизни или хотя бы попытаться свести их к минимуму. А саму страховую защиту можно определить как осознанную потребность физических и юридических лиц в создании специальных страховых фондов для восстановления имущества, здоровья, трудоспособности и личных доходов, как самих участников создания этих фондов, так и третьих лиц.

Всего в страховании выделяют две формы: добровольное (страхование действует в силу закона на добровольных началах) и обязательное (такое страхование, при котором государство устанавливает обязательность внесения соответствующим кругом страхователей страховых платежей).

В практике работы страховых организаций, анализе страхования, учебных и методических материалах принято выделять три отрасли страхования: имущественное, личное и ответственности. В основе деления страхования на отрасли лежат отличия в объектах страхования.

К видам имущественного страхования относят: страхование имущества предприятий и организаций, страхование имущества граждан, транспортное страхование (средств транспорта и грузов) и других видов имущества, кроме перечисленных выше, страхование финансовых рисков; к видам личного страхования - страхование жизни, страхование от несчастных случаев и болезней, медицинское страхование. К видам страхования ответственности - страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхование гражданской ответственности перевозчика, страхование гражданской ответственности предприятий - источников повышенной опасности, страхование профессиональной ответственности, страхование ответственности за неисполнение обязательств, страхование иных видов гражданской ответственности. В каждом из перечисленных видов страхования имеется еще и значительное количество подвидов.

В едином государственном реестре субъектов страхового дела на 1 января 2011 года на территории Волгоградской области зарегистрирована одна страховая компания - ООО «Страховая компания Регион плюс». Для сравнения, на 1 января 2009 года на территории области было зарегистрировано 5 региональных страховых компаний, на 1 января 2008 года – 6 региональных страховых компаний.

Сокращение численности региональных страховщиков связано с их низкой капитализацией, нехваткой собственных средств, сокращением поступлений взносов в связи с уменьшением клиентской базы и повышением конкуренции среди страховщиков, увеличением затрат на ведение бизнеса и выплат из-за влияния финансового кризиса. В течение 2010 года на территории Волгоградской области, кроме региональной страховой компании «Регион плюс» заключали договора страхования 93 иногородние страховые компании, а выплаты производили 80 страховых организаций.

Всего на территории Волгоградской области за 2010 год было собрано 10 141 324 тыс. рублей из них 6 413 635 тыс. рублей по договорам обязательного медицинского страхования. По сравнению с 2009 годом объем собранных страховых взносов в 2010 году увеличился на 5,69%. При этом на договора обязательного меди-

цинского страхования, приходится около 63% всех страховых взносов. В таблице 1 приведена динамика страховых премий, собранных на территории Волгоградской области за 2008-2010 годы.

Таблица 1 - Показатели страхового рынка (по премиям) по итогам 2008 – 2010 гг.

Наименование вида		Страховые премии, тыс.			Прирост за год,		
		руб.			%		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
Добровольное страхование	Страхование жизни	122481	78328	105951	104,93	63,95	135,27
	Личное страхование	794646	623050	781367	110,02	78,41	125,41
	Имущественное страхование	2859986	1688755	1555550	132,06	59,05	92,11
	Страхование ответственности	152860	112813	155450	170,02	73,80	137,79
Обязательное страхование	Личное страхование пассажиров (туристы, экскурсии)	3472	2635	1864	77,09	75,89	70,74
	Гос. Страхование военнослужащих и приравненных к ним	695	10825	9800	-	15,58 раза	90,53
	ОСАГО	994060	1060282	1117707	108,88	106,66	105,42
	ОМС	5067755	6019075	6413635	137,45	107,33	106,56
итого		10535955	9595763	10141324	130,21	91,08	105,69

В настоящее время наблюдается тенденция восстановления страхового рынка региона, так объем собранных страховых премий в 2010 году составил 96,25% от докризисного 2008 года. В «видовом разрезе» наибольшее увеличение страховых премий относительно 2009 года произошло по договорам добровольного страхования: по страхованию ответственности – 37,79%, по страхованию жизни – 35,27% и по личному страхованию (кроме страхования жизни) – 25,41%. По договорам обязательного страхования незначительно увеличились премии по ОМС – 6,56% и по ОСАГО – 5,42% к 2009 году.

В течение 2010 года выплаты на территории Волгоградской области составили 8 421 328 тыс. рублей, при этом 6 342 543 тыс. рублей было выплачено по договорам страхования ОМС (Таблица 2).

Объем страховых выплат за 2010 год увеличился на 6,77% относительно 2009 года. Наибольший рост страховых выплат произошел по договорам добровольного страхования ответственности – в 5,78 раз по отношению к 2009 году. Страховые выплаты по договорам обязательного страхования ОСАГО и ОМС увеличились незначительно на 6,62% и 6,77% к уровню 2009 года соответственно.

Динамика всех страховых премий и выплат, собранных на территории Волгоградской области, за 2006-2010 гг., приведена на рисунке 1.

Таблица 2 - Показатели страхового рынка (по выплатам) по итогам 2008 – 2010 гг.

Наименование вида		Страховые выплаты, тыс. руб.			Прирост за год, %		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
Добровольное Страхование	Страхование жизни	6162	27875	19763	26,57	В 4,52 раза	70,90
	Личное страхование	544074	359746	389208	160,84	66,12	108,19
	Имущественное страхование	1439201	959836	989160	146,34	66,69	103,06
	Страхование ответ- ственности	3073	3622	20940	132,86	117,87	В 5,78 раза
Обязательное Страхование	Личное страхование пассажиrow (тури- сты, экскурсии)	1	2	19	4	В 2 раза	В 9,5 раз
	Гос. страхование военнослужащих и приравненных к ним	0	7380	23421	0	0	В 3,17 раза
	ОСАГО	325670	580752	636274	67,12	178,33	109,56
	ОМС	5542312	5948464	6342543	137,60	107,33	106,62
Итого		7860493	7887677	8421328	134,13	100,35	106,77

На добровольные виды страхования в 2010 году пришлось 2 598 318 тыс. рублей или 25,62% от всех страховых премий, собранных на территории Волгоградской области. По всем видам, кроме имущественного страхования, по сравнению с 2009 годом, наблюдался рост страховой премии. Наибольшее увеличение данного показателя произошло по договорам страхования ответственности – 37,79% и договорам страхования жизни – 35,27% к уровню 2009 года.

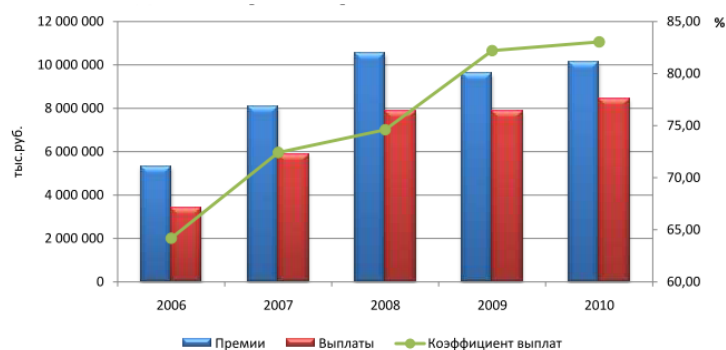


Рисунок 1 - Динамика страховых премий и выплат с 2006 – 2010 гг.

Доля обязательного страхования остается основополагающей в структуре совокупной страховой премии и выплаты региона. В 2010 году на обязательные виды страхования пришлось 74,38% страховых премий и 83,15% страховых выплат. При этом доля обязательного страхования, как в структуре совокупной страховой премии, так и выплаты постепенно увеличивается. Так, в 2009 году премии по обязательному страхованию составляли 73,92% от всех премий рынка, а выплаты 82,87% от всех выплат. На рисунке 2 показано изменение доли распределения премий и выплат между добровольным и обязательным страхованием.

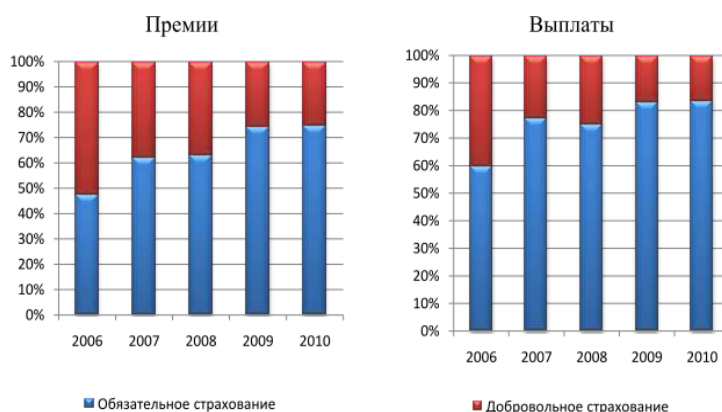


Рисунок 2 – Изменение доли распределение премий и выплат между добровольным и обязательным страхованием

В настоящее время согласно законодательству к обязательным видам страхования относятся: страхование гражданской ответственности перевозчика, страхование владельцев автотранспортных средств (ОСАГО), страхование профессиональной ответственности (деятельность оценщиков, нотариусов и др.), страхование гражданской ответственности предприятий - источников повышенной опасности (экологическое стра-

хование), медицинское (ОМС) и др. Преобладание обязательных видов в совокупной страховой премии и выплаты свидетельствует о неразвитости страховой культуры и страхового рынка региона в целом. Всего по договорам обязательного страхования было собрано 7 543 006 тыс. рублей. Структура премий по обязательным видам приведена на рисунке 3.

Наибольшая доля страховых премий по обязательным видам (85%) пришла на ОМС. Выплачено по договорам обязательного страхования в 2010 году 7 002 257 тыс. рублей. Наибольшая доля выплат (90,58%), также пришла на ОМС.

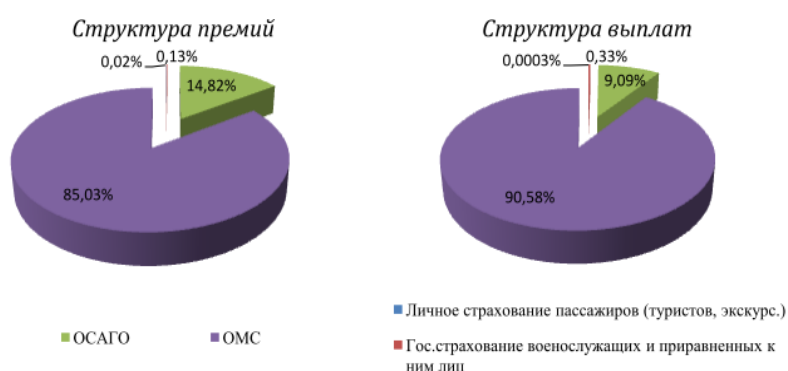


Рисунок 3 - Структура премий по обязательным видам страхования

Вторым по величине размеров страховых премий и выплат после ОМС, является – ОСАГО. В 2010 году объем страховых премий по ОСАГО составил 1 117 707 тыс. рублей, превысив показатель 2009 года на 5,42%. Выплаты по данному виду по сравнению с 2009 годом увеличились на 6,62%, достигнув размера 6 342 543 тыс. рублей. На данный вид страхования приходится 11% от совокупной премии регионального страхового рынка и 7,56% от совокупной выплаты по всем видам страхования.

Сегодня без страхования в странах с развитой рыночной экономикой не совершается ни одной коммерческой сделки, не действует практически ни одно предприятие. Страховой полис есть в каждой семье, практически у каждого человека. Все более очевидной становится потребность в страховой защите и в России. Однако практика страхования в нашей стране и в регионе широкого развития еще не имеет. Причиной тому - бывшая монополия государственного страхования, долгое время являвшегося незначительным дополнением финансовой системы.

Но с развитием рыночных отношений меняется и страховое мышление нашего общества. Среди населения все более востребованной становится деятельность страховых компаний, появляются новые виды страховых услуг.

Литература:

1. Анисимов, Д. Г. Развивающиеся рынки: прогнозы дальнейшего развития /Д. Г. Анисимов //Финансы и кредит. - 2009. - N 38. - С. 81-84.
2. Архипов, А. П. Направления развития страховых компаний в условиях трансформации рынка/ А. П. Архипов // Финансы. - 2008. - N 2. - С. 48-53.
3. Лайков, А. Ю. Актуальные задачи российского страхового бизнеса в условиях кризиса / А. Ю. Лайков // Финансы. - 2009. - N 11. - С. 43-47.
4. Турлакова, Е. А. Страховой рынок России и тенденции его развития / Е. А. Турлакова // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России: материалы междунар. студ. конф. - Магнитогорск; Челябинск, 2009. - С. 225-228.
5. Филиппова, Т.А. Создание конкурентных преимуществ страховой компании как возможность противостоять экономическому кризису. Устойчивое развитие предприятия как фактор преодоления кризиса: монография / Т.А. Филиппова, М.К. Старовойтов, Г.И. Лукьянов, Н.И. Ломакин; ВПИ (филиал) ВолгГТУ. - Волгоград: ИУНЛ, 2011.- 143с.
6. Черногузова, Т. Н. Преимущества и перспективы взаимного страхования в России / Т. Н. Черногузова // Финансы. - 2010. - N 9. - С. 48-51.