



eISSN 2311-2468
Том 2, № 21. 2014
Vol. 2, no. 21. 2014

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



ВИЛЬДИМАНОВА Е. Д., АВЕРИНА О. И.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

Аннотация. В статье проанализированы показатели, которые характеризуют дифференциацию экономического развития регионов Приволжского федерального округа в 2005-2010 гг. Определены меры преодоления социально-экономической дифференциации субъектов Приволжского федерального округа.

Ключевые слова: валовой региональный продукт, валовой региональный продукт на душу населения, инвестиции в основной капитал на душу населения, дифференциация, коэффициент вариации, децильный коэффициент дифференциации.

VILDIMANOVA E. D., AVERINA O. I.

**REGIONAL SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT:
A COMPARATIVE ANALYSIS OF VOLGA FEDERAL DISTRICT**

Abstract. The article presents an analysis of the indexes differentiating between the regional economies of the Volga Federal District over 2005-2010. A number of solutions to overcome the socio-economic gap between the regions of the Volga Federal District are suggested.

Key words: gross regional product, gross regional product per capita, investment in fixed assets per capita, differentiation, coefficient of variation, decile coefficient of differentiation.

Межрегиональная дифференциация является свойственной любым странам и всем регионам Российской Федерации. Она оказывает положительное влияние, к примеру, принуждает отсталые регионы подтягиваться к более экономически развитым регионам. Но все же главной проблемой, которая тормозит развитие регионов, является проблема неоднородности их социально-экономического развития.

Специфические условия развития регионов, значительное влияние территориального фактора в развитии социально-экономических процессов, федеральная форма государственного устройства РФ раскрывают потребность анализа межрегиональной дифференциации регионов ПФО, основываясь на показателях экономического развития, важнейшим из которых является валовой региональный продукт.

С 2005 г. по 2010 г. наблюдается рост общего объема ВРП регионов ПФО на 2 861, 094 млн. руб.

Наибольшее значение ВРП в 2005 г. было зарегистрировано в Республике Татарстан (482 759,2 млн. руб.), Самарской области (401 812,2 млн. руб.), Республике Башкортостан

(381 646,5 млн. руб.), Пермском крае (327 273,3 млн. руб.). В 2010 г. к вышеуказанным регионам по объему ВРП прибавилась также Нижегородская область (646 676,5 млн. руб.).

Таблица 1

Валовой региональный продукт регионов Приволжского федерального округа
за 2005–2010 гг., млн. руб.[1]

Регион	2005 год	2006 год	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год
Приволжский федеральный округ	2 799 036	3 513 341,6	4 330 427,6	5 324 051,1	4 922 531,5	5 660 129,9
Республика Башкортостан	381 647	505 205,8	590 054,1	743 133,4	647 911,7	757 569,6
Республика Марий Эл	33 351	43 663,7	55 069,2	65 765,3	69 271,5	82 425,9
Республика Мордовия	44 267	57 974,2	77 048,8	94 058,3	90 862,4	104 327,3
Республика Татарстан	482 759	605 911,5	757 401,4	926 056,7	885 064,0	1 004 690,0
Удмуртская Республика	139 995	164 848,5	205 647,4	243 135,5	230 938,3	264 464,1
Чувашская Республика	69 392	93 172,0	123 453,3	155 032,3	139 909,5	152 489,6
Пермский край	327 273	383 770,1	477 794,2	607 362,7	539 831,5	630 755,5
Кировская область	79 802	97 047,1	118 154,9	151 116,7	146 321,3	166 218,6
Нижегородская область	299 724	376 180,3	473 307,4	588 790,8	547 223,0	646 676,5
Оренбургская область	213 138	302 808,4	370 880,9	430 023,1	413 395,5	454 993,1
Пензенская область	74 363	88 805,0	119 104,0	147 853,2	147 185,1	158 213,8
Самарская область	401 812	487 713,5	584 968,6	699 295,6	583 999,9	692 927,6
Саратовская область	170 931	204 291,2	252 867,2	321 747,2	326 370,4	369 630,4
Ульяновская область	80 584	101 950,3	124 676,2	150 680,3	154 247,4	174 747,9

На рисунке 1 изображена динамика изменения суммарного объема ВРП по регионам ПФО в 2005 – 2010 гг.

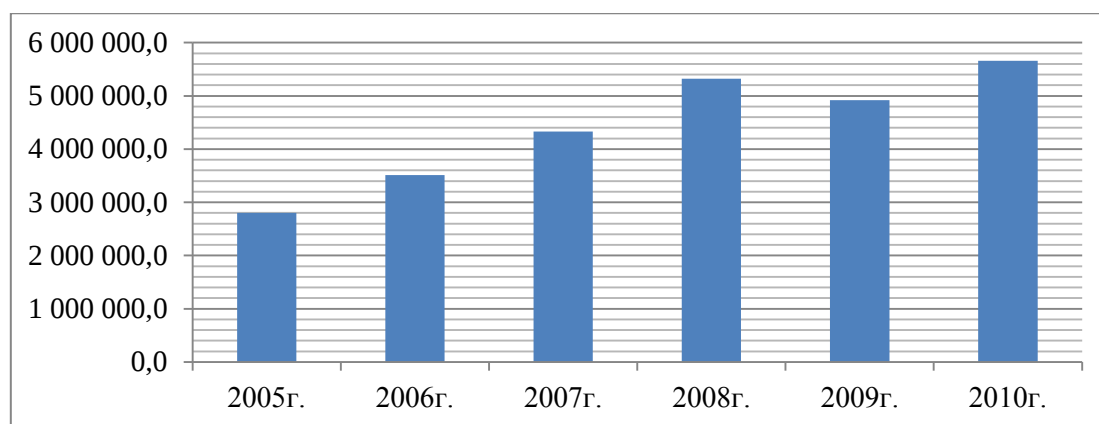


Рис. 1. Динамика изменения ВРП по регионам Приволжского Федерального округа за 2005 – 2010 гг., млн. руб.

Важным показателем межрегиональной дифференциации регионов является распределение ВРП на душу населения (таблица 2).

Таблица 2

Валовой региональный продукт регионов Приволжского федерального округа на душу населения в 2005 – 2010 гг., млн. руб. [1]

Регион	2005 год	2006 год	2007 год	2008 год	2009 год	2010 год
Приволжский федеральный округ	91573,6	115727,9	143365,7	176879,4	163958,3	189071,4
Республика Башкортостан	93683,1	124439,6	145543,9	183168,7	159428,7	186120,6
Республика Марий Эл	46589,5	61413,0	77919,2	93512,4	98888,9	118184,2
Республика Мордовия	50982,6	67309,8	90138,7	110877,3	107903,3	124759,9
Республика Татарстан	128226,9	161045,9	201172,1	245628,5	234206,4	265371,8
Удмуртская Республика	90316,3	106891,0	133904,7	158850,7	151268,7	173675,0
Чувашская Республика	54001,9	73147,3	97528,7	122980,3	111300,3	121681,7
Пермский край	119654,0	141864,8	178096,8	227719,0	203364,2	238822,8
Кировская область	55726,6	68958,3	85144,4	110127,9	107680,4	123516,0
Нижегородская область	87354,7	110662,7	140297,9	175587,1	164071,8	194944,7
Оренбургская область	101110,3	145532,5	179882,4	209769,6	202332,4	223389,5
Пензенская область	52163,8	62719,8	84558,3	105477,2	105487,4	113969,6
Самарская область	124575,2	151238,8	181529,8	217089,9	181298,2	215321,3
Саратовская область	65656,6	79127,0	98569,9	126085,9	128473,8	146251,7
Ульяновская область	59804,8	76474,6	94375,6	114808,0	118179,9	134827,6

Проведя анализ ВРП регионов ПФО на душу населения, можно сделать вывод о том, что в 2005 – 2010 гг. наблюдается рост показателя на 97 497,8 млн. руб. Повышение ВРП было вызвано, в основном, за счет роста ВРП в Республике Марий Эл (в 4,05 раза), Республике Мордовия (в 3,7 раза), Пензенской области (в 3,6 раза), Чувашской Республике (в 3,5 раза).

В 2005 г. регионами с наиболее низкими значениями ВРП на душу населения были Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Пензенская область. В 2010 г. картина существенно не изменилась.

Лидерами в 2005 г. по объему ВРП на душу населения были Республика Татарстан, Самарская область, Пермский край. В 2010 г. регионы-лидеры укрепили свои позиции. В их число вошла и Оренбургская область.

Для определения размаха между максимальным и минимальным значениями показателя «ВРП на душу населения» в разрезе регионов ПФО воспользуемся методикой вариационного анализа.

Таблица 3

Дифференциация регионов ПФО по ВРП на душу населения в 2005 – 2010 гг.

Год	Размах	min	max	Среднее значение	Стандартное отклонение	Коэффициент вариации	Дисперсия
2005	81637,4	46589,5	128226,9	80703,31	28537,76	0,353613	814403815,64
2006	99632,9	61413	161045,9	102201,8	35344,92	0,345835	1249263532,17
2007	123252,9	77919,2	201172,1	127761,6	41837,05	0,327462	1750338898,43
2008	152116,1	93512,4	245628,5	157263	50133,47	0,318787	2513365018,94
2009	135317,5	98888,9	234206,4	148134,6	42280,43	0,285419	1787634441,54
2010	151402,2	113969,6	265371,8	170059,7	49135,26	0,288929	2414273841,78

Для регионов ПФО характерен значительный уровень дифференциации по ВРП на душу населения. В 2005 г. и в 2010 г. наименьшее значение данного показателя было зарегистрировано в Республике Марий Эл, наибольшее значение – в Республике Татарстан. Значение размаха в 2010 г. в сравнении с 2005 г. выросло в 1,85 раза. Оценка показателей указывает на то, что 2008 г. являлся наивысшей точкой дифференциации. К 2010 г. межрегиональная дифференциация по уровню ВРП на душу населения начала уменьшаться, что можно напрямую связать с фазой оживления.

Для более детального анализа динамики межрегиональной дифференциации рассчитаем децильный коэффициент дифференциации (рисунок 2).

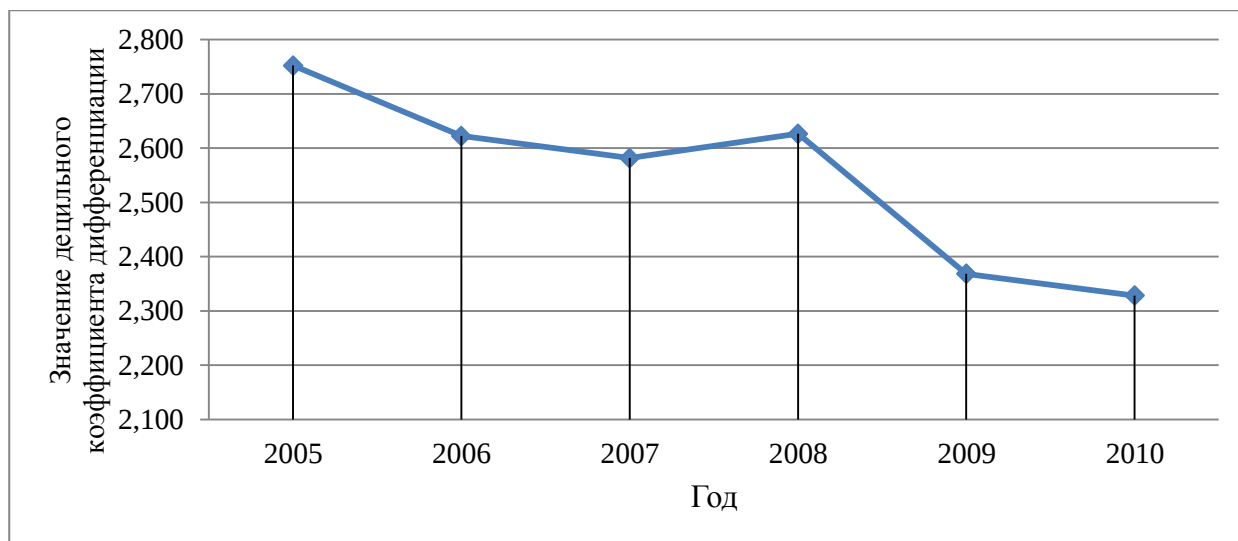


Рис. 2. Динамика децильного коэффициента дифференциации за 2005 – 2010 гг.

За анализируемый период дифференциация по ВРП на душу населения оставалась высокой. Минимальный коэффициент дифференциации за весь период 2,3 раза наблюдается в 2010 году. При этом регионы с наименьшим и наибольшим ВРП на душу населения остаются неизменными на протяжении всего анализируемого периода. Минимальный ВРП на душу населения у Республики Марий Эл, а максимальный у Республики Татарстан.

Следующий из представленных показателей экономического развития характеризует не столько достигнутый уровень, сколько перспективы и потенциал дальнейшего роста – это объем инвестиций в основной капитал.

Таблица 4

Инвестиции в основной капитал на душу населения по регионам Приволжского
Федерального округа в 2005 – 2010 гг., тыс. руб. [1]

Регион	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Темп роста, %, 2010 г. к 2006 г.	Темп роста, %, 2010 г. к 2009 г.
Приволжский федеральный округ	19940	25813	38020	49347	42606	48350	242,5	113,5
Республика Башкортостан	20735	26541	39551	50198	36453	37624	181,5	103,2
Республика Марий Эл	10787	15038	24343	30440	23663	31980	296,5	135,1
Республика Мордовия	17417	22753	32072	46273	37964	48765	280,0	128,5

Продолжение таблицы 4

Республика Татарстан	37016	42688	56988	72437	73452	86885	234,7	118,3
Удмуртская Республика	17338	22249	29018	34977	26496	33589	193,7	126,8
Чувашская Республика	15133	20303	30075	40038	28390	34003	224,7	119,8
Пермский край	20766	27917	45654	57126	49830	52877	254,6	106,1
Кировская область	11933	17185	26943	31097	23160	25676	215,2	110,9
Нижегородская область	18822	26262	39480	61848	60473	57901	307,6	95,7
Оренбургская область	18972	25450	38972	53107	44670	50889	268,2	113,9
Пензенская область	11006	17981	31254	37547	31250	32904	299,0	105,3
Самарская область	20836	27462	42554	46027	34518	51226	245,9	148,4
Саратовская область	15532	18201	22106	32612	26673	31670	203,9	118,7
Ульяновская область	10917	16414	26471	36959	37925	37030	339,2	97,6

В 2010 г. в сравнении с 2009 г. выявлено увеличение показателя в регионах ПФО на 13,5%. Регионами, имеющими наиболее высокий рост показателя инвестиций в основной капитал на душу населения являлись: Самарская область (1,48 раза), Республика Марий Эл (1,35 раза), Республика Мордовия (1,28 раза). Регионом-аутсайдером с 2009 по 2010 гг. по спаду инвестиций является Нижегородская область.

Анализ показателей инвестиций в основной капитал на душу населения регионов ПФО в 2005 – 2010 гг. выявил, что максимальный рост показателя был зарегистрирован в Ульяновской, Оренбургской, Пензенской областях.

Таблица 5

Дифференциация регионов Приволжского Федерального округа по размеру инвестиций в основной капитал на душу населения за 2005 – 2010 гг.

Год	Размах	min	max	Среднее значение	Стандартное отклонение	Коэффициент вариации	Дисперсия
2005	26229	10787	37016	17657,86	6508,135	0,368569	42355824,41
2006	27650	15038	42688	23317,43	6846,154	0,293607	46869821,10
2007	32645	24343	56988	34677,21	9293,909	0,268012	86376751,17
2008	41997	30440	72437	45049	12198,08	0,270774	148793190,14
2009	49789	23663	73452	38208,36	14103,11	0,369111	198897658,80
2010	53981	32904	86885	43787,07	15320,08	0,349877	234704909,64

По размеру инвестиций в основной капитал на душу населения дифференциация среди регионов ПФО высокая. Как и по остальным показателям, рассмотренным выше,

несколько регионов ПФО значительно опережают другие территории по объему инвестиций в основной капитал, однако, на этот раз таким регионом является Воронежская область. Регионом-аутсайдером является Брянская область.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что экономическое развитие регионов Российской Федерации из года в год характеризуется усилением тенденций по распаду единого экономического пространства, которые проявляются в неравномерности распространения и образовании специфически развивающихся отсталых территорий.

Необходимо выделить следующие меры по преодолению социально-экономической дифференциации субъектов ПФО:

- организация системы мер на государственном уровне по выявлению интереса у регионов в саморазвитии и использовании собственных резервов;
- создание и принятие долгосрочных программ стабильного социально-экономического развития дотационных регионов, в том числе и на муниципальном уровне;
- оживление инвестиционной активности в отсталых регионах;
- реформирование бюджетной системы, направленное на поиск дополнительных источников преодоления отсталости регионов [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Официальная статистика. Предпринимательство. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
2. Стратегия социально-экономического развития ПФО на период до 2020 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pfo.ru/?id=37359>.

ИВАНКИНА М. О.

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «САРАНСКИЙ ХЛЕБОКОМБИНАТ»)**

Аннотация. В настоящее время все большую значимость для ведения эффективного бизнеса обретает информация. В статье рассматривается формирование маркетинговой информационной системы предприятия ОАО «Саранский Хлебокомбинат», позволяющей организации выйти на новый уровень развития благодаря оперативному и эффективному принятию решений.

Ключевые слова: маркетинговая информационная система, маркетинговая служба предприятия, первичная информация, вторичная информация, внутренние и внешние источники информации, маркетинговые исследования, информационный блок, статистический банк, банк моделей, инновация.

IVANKINA M. O.

**THE FORMATION OF MARKETING INFORMATION SYSTEM:
A STUDY OF JSC "SARANSKY KHBOKOMBINAT"**

Abstract. Currently, information is getting more and more important for effective business. In this connection the study considers the formation of marketing information system at JSC "Saransky Khlbokombinat". Being costly but necessary investment, it will improve the company decision-making. Consequently, the company efficiency will increase considerably.

Keywords: marketing information system, marketing service company, primary data, secondary data, internal and external sources of information, market research, information block, statistical bank, model bank, innovation.

На сегодняшний день основным направлением развития мирового бизнеса является обеспечение его своевременной, достоверной и полной информацией о внутреннем и внешнем окружении организации. В этой связи информация начинает играть роль ценного актива любой компании. Причем, речь идет не только о помощи в принятии управленческих решений, а скорее об отлаженной системе, которая непрерывно действует на предприятии. Таким образом, информация является важнейшим ресурсом и объектом управления.

Получение информации подчинено задачам управления и имеет целью обеспечить оценку и анализ рыночных процессов для принятия верных маркетинговых решений. Информация – это средство уменьшения неопределенности в условиях жесткой конкуренции.

Использование информационных систем и информационных технологий в условиях интенсивного развития рыночных отношений становится одним из наиболее важных элементов эффективного управления и маркетинга. Компании все чаще прибегают к помощи современных информационных систем и технологий, чтобы следить за увеличивающимися внешними и внутренними потоками информации, использовать ее для анализа, прогнозирования, принятия управленческих решений [2].

Маркетинговая информационная система (МИС) – совокупность персонала, оборудования и процедур, предназначенная для сбора, обработки, анализа и распределения своевременной и достоверной информации, необходимой для принятия маркетинговых решений [5, с. 5].

Таким образом, маркетинговая информационная система представлена на рисунке 1 [3, с. 21].

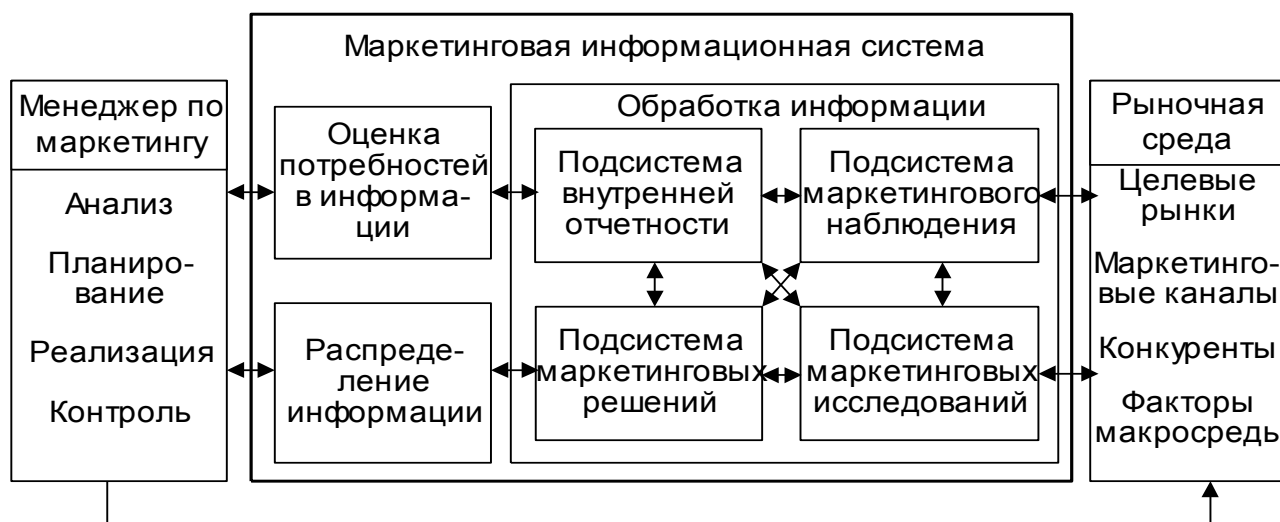


Рис. 1. Маркетинговая информационная система.

Из рисунка видно, что основой маркетинговой информационной системы являются четыре элемента: подсистема внутренней отчетности, подсистема маркетингового наблюдения за внешней средой, подсистема маркетинговых исследований и подсистема маркетинговых решений. Все составляющие взаимосвязаны между собой и оказывают влияние друг на друга. Информация, полученная из этого блока, подлежит обработке специалистами по маркетингу. Однако, до ее сбора и анализа необходимо определить потребности в данных, а после – произвести распределение информации между подразделениями.

Кроме этого, функционирование маркетинговой информационной системы невозможно представить менеджера по маркетингу, который при этом будет выполнять

определенные функции: анализ, планирование, реализация, контроль. С другой стороны, необходимо учитывать, что на МИС будет постоянно оказывать влияние рыночная среда (целевые рынки, маркетинговые каналы, конкуренты, факторы макросреды).

Можно сделать вывод, что управление информацией с помощью маркетинговых информационных систем становится одним из жизненно необходимых элементов эффективного маркетинга. Сбор, обработка и использование маркетинговой информации способствуют повышению эффективности оперативной деятельности, качественному обслуживанию покупателей, позволяют развивать маркетинговые коммуникации, проводить корректировку ценовой и сбытовой политик в зависимости от изменяющихся условий внешней среды, а следить за предпочтениями потребителей и совершенствовать ассортиментную политику [1, с. 48].

ОАО «Саранский Хлебокомбинат» – предприятие, являющееся одним из лидеров по производству и распределению хлебобулочных и мучных кондитерских изделий Мордовии, обеспечивая при этом около трети суммарного потребления республики, а также активно обслуживающее экспортные потоки.

Продукция ОАО «Саранский Хлебокомбинат» не раз была удостоена различными призами и дипломами российских и международных выставок, подтверждаю тем самым высокое качество и преданность со стороны потребителей [8].

В настоящее время информация является не менее важным ресурсом для ОАО «Саранский Хлебокомбинат», чем финансы, сырье, оборудование и персонал. Поэтому для обеспечения эффективной работы предприятия в условиях конкурентной борьбы руководству необходимо постоянное обеспечение сотрудников, принимающих решения, максимально достоверной информацией. С этой целью предприятию необходимо разработать и внедрить маркетинговую информационную систему, позволяющую менеджерам постоянно отслеживать изменения, происходящие в поведении и предпочтениях потребителей.

Известно, что в настоящее время в ОАО «Саранский Хлебкомбинат» отсутствует систематизированный сбор, анализ и хранение данных. Информация хоть и собирается периодически, но не имеет целостной структуры и взаимосвязи. Однако положительным моментом и шагом на пути к созданию маркетинговой информационной системы на предприятии можно считать введение в 2008 году системы «1С: Бухгалтерия», которая автоматически упорядочила данные предприятия. В связи с этим можно говорить о необходимости дальнейшего совершенствования информационной системы предприятия.

Процесс формирования маркетинговой информационной системы в ОАО «Саранский Хлебокомбинат» включает три основных ступени (проектирование, создание и внедрение), каждая из которых состоит из нескольких этапов (рисунок 2).

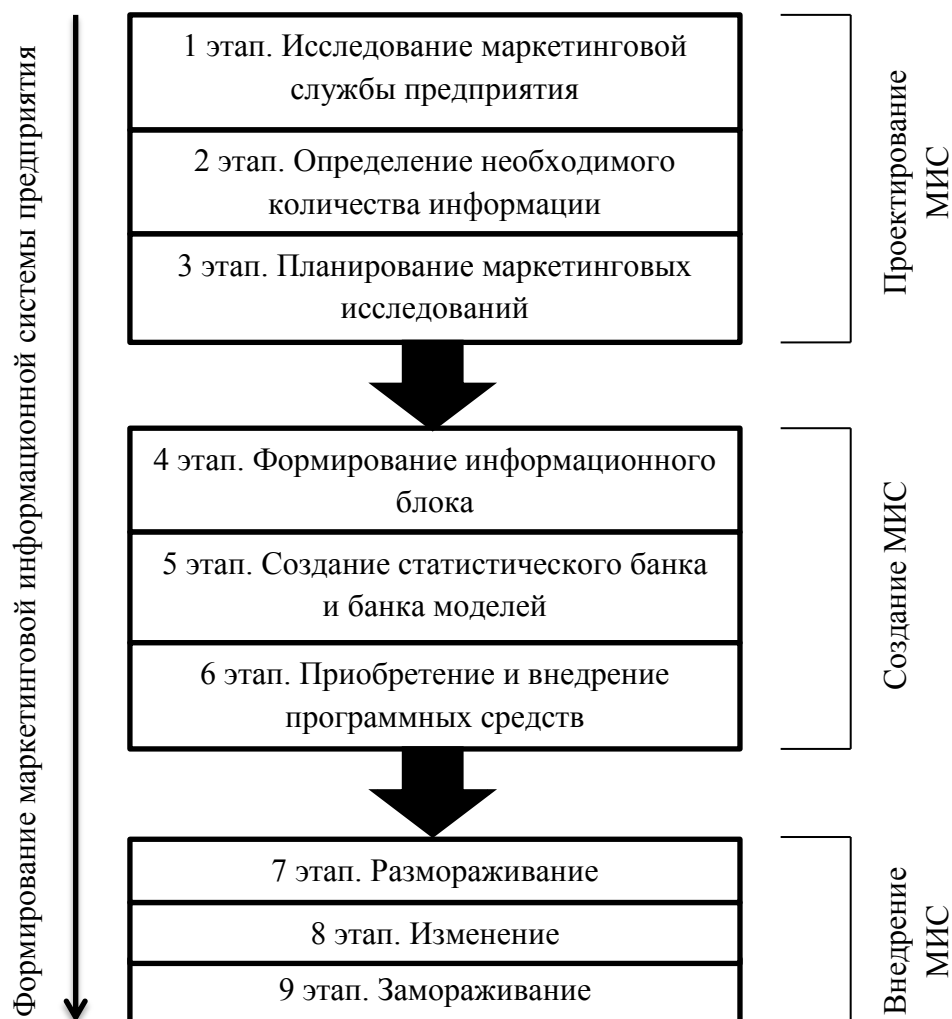


Рис. 2. Процесс формирования маркетинговой информационной системы в ОАО «Саранский Хлебокомбинат».

При проектировании маркетинговой информационной системы в ОАО «Саранский Хлебокомбинат» руководству необходимо учитывать, чтобы стоимость информации, которая должна собираться для маркетинговой информационной системы, не превышала ценность принятых средствами МИС маркетинговых решений. Данные, которые образуют систему маркетинговой информации, сами по себе ценности не имеют. Ценность представляют специально организованные данные, которые могут быть интерпретированы при принятии решений.

Проектирование маркетинговой информационной системы в ОАО «Саранский Хлебокомбинат» можно проводить в следующем порядке:

- 1) исследование маркетинговой службы предприятия;
- 2) определение действительно необходимого для менеджеров предприятия количества маркетинговой информации, источников и методов ее получения и анализа;
- 3) разработка маркетинговых исследований и системы предоставления маркетинговым службам полученных результатов в форме удобных отчетов [7].

Служба маркетинга в ОАО «Саранский Хлебокомбинат» организована по рыночному типу (деление его на рынки республики Мордовии и рынки других регионов). В первую очередь это связано с тем, что производимые товары реализуются на рынках с различными покупательскими предпочтениями (рисунок 3). Так, первое место на рынках Мордовии занимает хлебобулочная продукция хлебокомбината, а вот в другие регионы чаще всего транспортируют сушки, сухари, печенье – продукцию с более долгим сроком хранения.

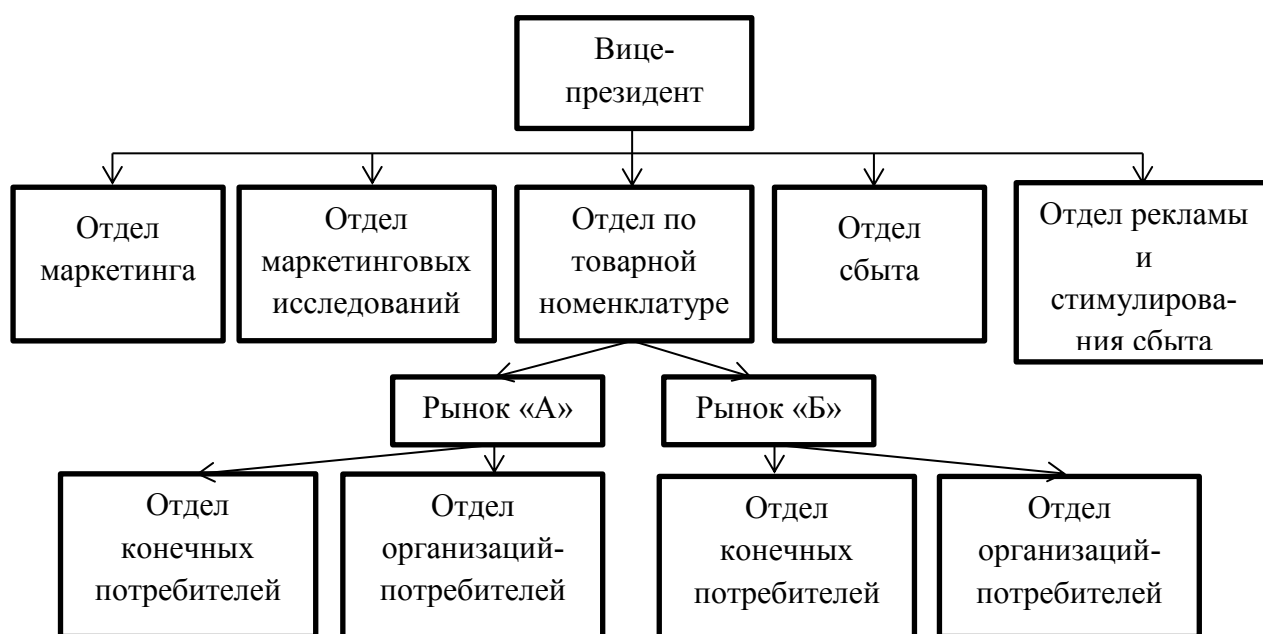


Рис. 3. Схема организации службы маркетинга по рыночному принципу.

При определении необходимого маркетологам количества информации необходимо разделить ее на первичную и вторичную. Сначала специалистам отдела маркетинга предприятия необходимо собрать всю вторичную информацию и выяснить, достаточно ли ее для принятия необходимых решений. И только при условии ее недостатка, можно начинать сбор первичной информации, т.е. проводить маркетинговые исследования [4, с. 53].

Затем происходит разработка необходимых маркетинговых исследований, закладываются основы информационной базы данных ОАО «Саранский Хлебокомбинат»,

определяются модели и методики, программные средства для обработки информации. Разрабатывается наиболее удобный пользовательский интерфейс МИС.

Пользовательский интерфейс маркетинговой информационной системы – инструмент для обмена данными между менеджером (пользователем) и программным обеспечением маркетинговой информационной системы, позволяющий мгновенно находить необходимую информацию в базе данных (с помощью скроллеров, ниспадающих списков, ссылок), и который не идет ни в какое сравнение с изложением информации на бумажных носителях.

Заключением процесса формирования маркетинговой информационной системы на ОАО «Саранский Хлебокомбинат» станет создание системы предоставления маркетинговым службам полученных результатов в форме отчетов.

После проектирования и планирования будущей маркетинговой информационной системы ОАО «Саранский Хлебокомбинат» настает время ее непосредственного создания.

При формировании современной маркетинговой информационной системы маркетинговым специалистам предприятия стоит учесть, что она состоит из трех основных блоков, создание которых соответствует второму этапу формирования МИС.

Формирование информационного блока представляет собой создание базы данных, формируемой маркетинговыми специалистами ОАО «Саранский Хлебокомбинат», содержание которой определяется отраслевой принадлежностью предприятия и характером выпускаемой продукции.

Стоит отметить, что информация, из которой формируется база данных МИС (информационный блок) ОАО «Саранский Хлебокомбинат», должна быть своевременной, достоверной и полной.

Информация, полученная из внутренних и внешних источников, должна непрерывно и своевременно вводиться специалистами маркетинговой службы хлебокомбината в базу данных маркетинговой информационной системы.

После этого предполагается создание статистического банка и банка моделей.

Статистический банк – совокупность современных методик статистической обработки информации, позволяющих наиболее полно вскрыть взаимозависимости в рамках подборки данных и установить степень их статической надежности. Банк моделей – набор математических моделей, способствующих принятию наиболее оптимальных маркетинговых решений. Каждая модель математически описывает соотношения между факторами, контролируемыми менеджерами предприятия и ожидаемыми результатами.

Кроме этого, маркетологам необходимо будет внедрить программные средства по обработке информации, содержащейся в базе данных, согласно методикам и моделям, заложенным в МИС.

Таким образом, создание МИС основывается на следующих принципах:

- постоянный, непрерывный сбор данных;
- хранение и накопление информации;
- анализ, обработка, оценка маркетинговой информации [7].

Последняя ступень формирования маркетинговой информационной системы предполагает внедрение МИС в ОАО «Саранский Хлебокомбинат».

Внедрение маркетинговой информационной системы можно рассматривать как инновацию, так как этот процесс обладает характерными чертами инноваций. Во-первых, это организационно-техническое решение, новое для большинства предприятий, способствующее совершенствованию управления и продвижения продукции (услуг) и самой организации на рынок. Во-вторых, это решение базируется на использовании как внешних результатов научных исследований и разработок в области информационных, телекоммуникационных, маркетинговых технологий, так и внутренних разработок, специфических для конкретной организации, что позволяет достичь конкурентных преимуществ. В-третьих, это комплексный процесс организационных изменений, охватывающий области управленческих задач, информационных систем и структур, информационной культуры и кадров.

Однако, любая организация, проходя через изменения, чаще всего реагирует установлением барьеров против них. Существует множество барьеров к использованию общих информационных систем и на обеспечение доступа к накопленным в организации знаниям. Оправдания тут могут быть самые разные: ссылки на секретность или коммерческую тайну; отсутствие времени, средств и специалистов необходимой квалификации. Поэтому для преодоления перечисленных барьеров и эффективного формирования и внедрения маркетинговой информационной системы необходимо подготовить сотрудников к изменениям, пройдя четыре последовательных этапа.

Размораживание. На этом этапе будет осуществляться подготовка персонала ОАО «Саранский Хлебокомбинат» к предстоящим изменениям. Людей убеждают в необходимости отказаться от старых способов работы и начать осваивать новые. Это необходимо в случае сопротивления изменениям.

Изменение. На этапе непосредственного осуществления изменения будет происходить непосредственное внедрение маркетинговой информационной системы на

хлебокомбинате, т.е. она станет доступной для работы всем сотрудникам, для которых она изначально была предназначена.

Замораживание. Изменение терпит неудачу, если закреплению изменения (замораживанию) не уделяется достаточно внимания. Существует опасность, что рутинные дела не позволят успешно завершить процесс замораживания. Поэтому необходимо осуществлять контроль и управление этапом замораживания [1, с. 48-56].

Так, по окончании последовательного проведения всех девяти этапов, можно будет считать, что маркетинговая информационная система ОАО «Саранский Хлебокомбинат» успешно сформирована [7].

Таким образом, несмотря на несомненно серьезные затраты, которые требуются со стороны ОАО «Саранский Хлебокомбинат» (разработка и использование программного обеспечения, приобретение мощного серверного оборудования, применение телекоммуникационных средств, Интернета), выгоды от использования маркетинговой информационной системы на предприятии очевидны: получение наиболее оптимальной маркетинговой информации для управления предприятием, эффективного маркетингового планирования, получение преимуществ перед конкурентами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бушуева Л. И. Использование концепции организованных инноваций для управления процессом внедрения систем информационно-аналитического обеспечения маркетинговой деятельности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 1. – С. 48-59.
2. Бушуева Л. И. Маркетинговые информационные системы в управлении предприятием. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2006/2006-1/7.htm>.
3. Гольдштейн Г. Я., Катаев А. В. Маркетинг: Учебное пособие для магистрантов. – 1999. – 107 с.
4. Ланкин В. Е. Маркетинг: Учебное пособие для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки маркетолога. – М., 2006. – 241 с.
5. Мхитарян С. В. Маркетинговая информационная система: Учебно-методический комплекс. – М., 2008. – 112 с.
6. Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С. Маркетинг. – М., 2013. – 362 с.

7. Пашнанов Э. Л. Принципы построения маркетинговой информационной системы предприятия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uecs.ru/marketing/item/865-2011-12-19-06-14-38>.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.c-xk.ru.

АПРЯТКИНА А. М.

**ФИНАНСИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ:
СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ**

Аннотация. Статья посвящена вопросам финансового обеспечения сферы социальной защиты населения в рамках государственной социальной политики. Приведен анализ динамики финансирования социальной защиты за счет бюджетных средств. Выявлены проблемы финансового обеспечения в данной сфере и предложены направления их решения.

Ключевые слова: социальная защита, категории населения, бюджетные расходы, социальная политика государства.

APRYATKINA A. M.

**FINANCING OF SOCIAL PROTECTION IN RUSSIA:
STATUS, PROBLEMS, TRENDS**

Abstract. The article deals with the financing of social protection within the framework of state social policy. The author analyzes the dynamics of social protection financing by the state budget. Consequently, the study reveals the financing problems in this system and suggests a number of solutions to them.

Key words: social protection, population category, budget expenditures, state social policy.

Реализация конституционного права каждого человека, обеспечивающая определенный уровень жизнедеятельности выступает концептуальным содержанием современной системы социальной защиты в России. В частности, совокупность установленных законом гарантий и прав предоставляется наиболее уязвимым слоям общества, а также экономически активному населению с целью защиты от социальных рисков.

Социальная защита осуществляется в различных организационно-правовых формах, в таких как социальное обеспечение, социальная поддержка, социальные гарантии и социальное страхование. В этих рамках социальная защита может обеспечиваться на основе бюджетного или страхового метода финансирования. При этом использование тех или иных организационно-правовых форм может иметь различные социальные и экономические последствия, которые необходимо учитывать при осуществлении управления данной отраслью. Бюджетный механизм финансового обеспечения социальной защиты предусматривает социальные выплаты за счет общих налоговых и неналоговых поступлений без закрепления соответствующих источников доходов за данными видами расходов. Финансовый механизм, базирующийся на страховых принципах, имеет характер системы

государственного финансирования социальных расходов за счет аккумулирования финансовых средств в государственных внебюджетных фондах (ФОМС, ПФР, ФСС) включенных в состав бюджетной системы государства[5].

Одной из основных целей экономической политики современного государства является полноценное финансовое обеспечение жизнеспособной системы социальной защиты населения, ориентированной на всестороннее развитие граждан и социальное выравнивание. Сегодня трансформированная экономика и социально-экономические проблемы посткризисного периода изменили не только масштабы, формы и механизмы практической реализации, но и потребовали углубления теоретических изысканий, касающихся экономического содержания финансового обеспечения системы социальной защиты населения.

В течение периода формирования и развития российского государства категория «социальная защита» концептуально и практически формировалась на основе значительной роли государства, направляя тем самым в эту отрасль значительную часть расходов бюджетов всех уровней (бюджетный механизм финансового обеспечения). Исходя из этого, основной рост социальной сферы обусловлен увеличением объема бюджетного финансирования, который в свою очередь, зависит от доходной базы бюджета. С этой целью рассмотрим динамику бюджетных расходов на социальную защиту в контексте социальной сферы России в % к ВВП с 2005 по 2012 года на основе рисунка 1.

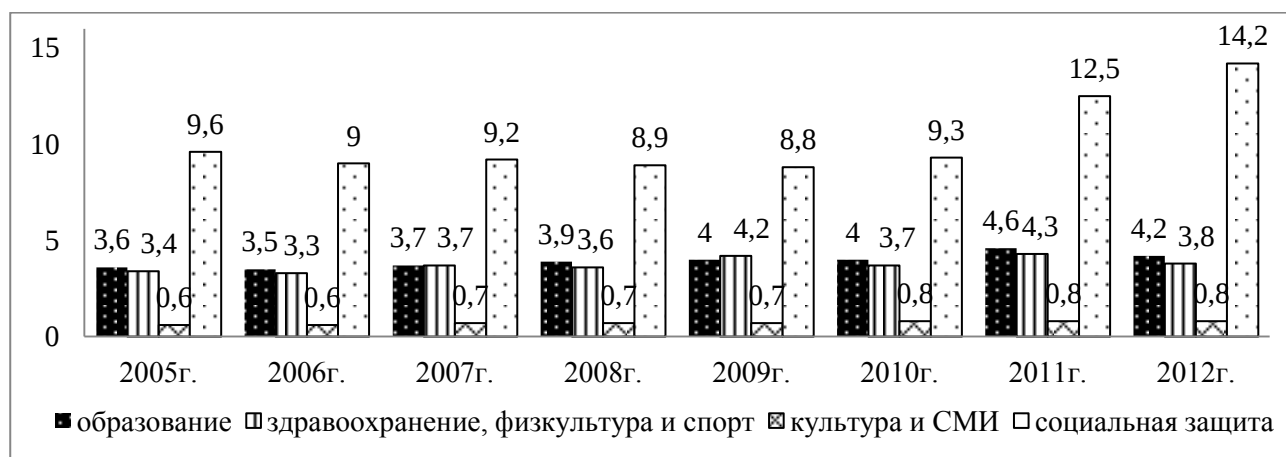


Рис. 1. Динамика структуры расходов бюджета Российской Федерации на социальную сферу за 2005-2012 годы, % к ВВП [2].

В период 2005-2012 гг. в структуре ВВП наибольшую долю составляет процент бюджетных расходов на социальную защиту, увеличившись с 9,6% до 14,2%, и составив рост на 4,6%, далее образование, составив 0,6%, и здравоохранение, физкультура и спорт

(рост – 0,4%). Однако отметим, что расходы на социальную защиту с начала 2000-х гг. возрастали значительно медленнее, чем ВВП вследствие стагнации почти всех ее компонентов, и экономический кризис 2008 года координально изменил эту тенденцию. Проследим более подробно динамику структуры бюджетных расходов на отдельные компоненты социальной защиты в ВВП России в течение 2005-2012 гг. (рисунок 2).

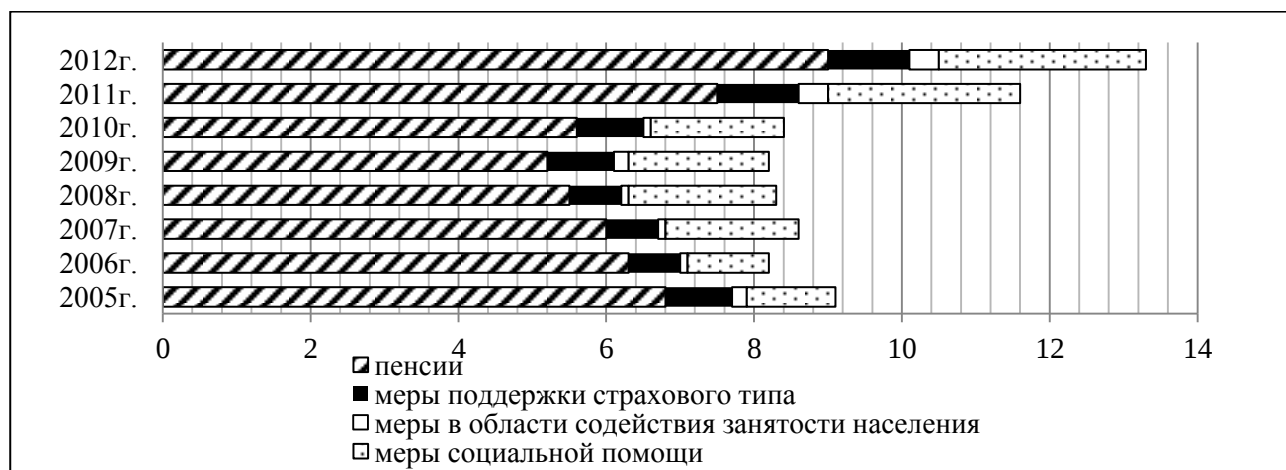


Рис. 2. Расходы бюджета Российской Федерации на социальную защиту за 2005-2012 годы, % к ВВП [2].

На основании рисунка 2 видим, что наибольший удельный вес в структуре процента бюджетных расходов на социальную защиту в ВВП составляет пенсии в объеме 68,6% от совокупного размера процента за весь анализируемый период (2005-2012 гг.). Проводимая в конце 2000-х гг. политика всеобщего увеличения пенсий, посредством которой удалось избежать резкого снижения доходов населения, сделали выплаты пенсий самой крупной статьей совокупных государственных расходов на социальную сферу, соизмеримой с 9% отечественного ВВП. Вторая по значимости после финансирования пенсий статья в объеме расходов в системе социальной защиты приходится на меры социальной помощи не страхового характера (в объеме 20,1%). В частности на протяжении последних трех лет объем расходов по данной статье интенсивно возрастал по отношению к объемам роста экономики и другим статьям расходов. Подобная динамика обусловлена, прежде всего, ростом объемов финансирования льгот и выплат для поддержки отдельных социальных групп населения без учета нуждаемости. Также не маловажное значение и долю занимают меры поддержки страхового типа – 9,2% и меры в области содействия занятости населения – 2,1%.

Решение важнейших социальных задач в России, как и в любом развитом государстве, основывается на результатах экономического роста и создании эффективной

системы социальной защиты. Задача адресного, полного и своевременного финансового обеспечения социальной защиты, основанной на принципе нуждаемости, является одной из важнейших для дальнейшего развития в России социально ориентированных реформ. При этом состояние финансового обеспечения современной системы социальной защиты населения не соответствует тому, которое необходимо для ускоренного развития и роста всей отечественной экономики.

Используемая же система поддержки всех категорий населения без учета их доходов препятствует развитию адресных программ для бедных слоев населения, являющихся неотъемлемой частью рыночной экономики. Затраты на социальную помощь, малообеспеченным слоям населения с целью соизмерения размера объемов их доходов, на протяжении ряда лет оставались наименьшими (примерно 15-17% расходов на социальную сферу). Это лишний раз подтверждает, что адресная поддержка беднейших слоев населения не являлась приоритетной в рамках социальной политики государства ни в период экономического роста, ни в период кризиса [4]. К тому же данная ниша социальных программ оказалась подчинена решению проблем пенсионного обеспечения – например, установленные в 2010 г. социальные доплаты к пенсиям неработающих лиц пенсионного возраста во всех регионах России в сочетании с уже реализуемыми мерами финансовой поддержки неработающим пенсионерам обеспечили 55% всех средств, выделяемых под адресные программы для бедных слоев населения [5].

По предварительной прогнозной оценке в 2013 году соотношение расходов на образование, культуру с объемом ВВП будет ниже уровня 2012 года. Это свидетельствует о недостаточной проработанности механизмов финансирования в этих сферах: иначе говоря, рост объемов средств в абсолютной сумме и в относительном выражении не сопровождается ростом их вклада в отечественный ВВП. Тем временем, доля в структуре расходов бюджета на социальную защиту (даже за вычетом финансирования мероприятий в части содействия занятости населения) уже на данный период времени значительно превосходит уровень, прогнозируемый «Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года» до 9-9,8% к ВВП [1].

Также из широкого спектра расходов бюджетов на социальную защиту населения является значительным выделение из ее состава отдельных видов расходов применительно к различным группам населения (пожилые люди, безработные граждане, бедные домохозяйства и другие). Кроме того в этих рамках важным является проведение оценки эффективности бюджетных расходов на поддержку различных категорий населения. Так, в рамках реализации мер по социальной поддержке детей и семей с детьми за счет средств бюджета в 2012 году было направлено порядка 486 млрд. руб., или 1,08% ВВП [6].

Проведенный анализ бюджетных расходов на социальную защиту населения позволил выявить ряд особенностей и тенденций такой государственной политики:

- а) смещение приоритетов политики финансирования мероприятий социальной защиты в сторону не страховых видов помощи, предоставляемых без учета нуждаемости;
- б) неравномерность социальной защиты детей и семей с детьми снижает их социальную защищенность на отдельных этапах жизненного цикла.

Кроме того, сравнительно медленные темпы экономического роста экономики России в начале 2010-х гг. позволяют предположить, что в отсутствие благоприятных макроэкономических условий для опережающего увеличения объемов расходов государства на финансирование социальных обязательств необходима смена фактических приоритетов социального финансирования в пользу тех сфер, которые нацелены на повышение качества социальной защиты населения и качества его жизни. Подобная переориентация финансирования социальных расходов будет в значительной мере способствовать инновационному социально ориентированному развитию страны [3].

Таким образом, является вполне очевидным тот факт, что решение задач социальной защиты требует больших финансовых средств, которые нельзя минимизировать. Как показывает мировой опыт развития и построения финансовой основы различных систем социальной защиты, наиболее эффективны такие системы, в которых основная роль отводится государству как субъекту системы социальной защиты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года от 17 ноября 2008 г. № 1662-р. (с изм. и доп.). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/194365/>
2. Сайт Федерального казначейства России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.roskazna.ru>
3. Горина Е. Социальная помощь остается безадресной / Экспертный портал Высшей школы экономики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://opes.ru/1537037.html>
4. Клещёва С. А. Роль государственной финансовой поддержки семей с детьми. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/51/6586/>
5. Соболева И. В. Социальная политика как фактор устойчивого развития. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vasilievaa.narod.ru/11_3_03.htm.
6. Россия 2012: Стат. Справочник. – М.: Росстат, 2012. – 59 с.

ЧЕЛМАКИНА Л. А., МИРОНЧЕВА А. С.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

Аннотация. Анализ деловой активности является одним из самых актуальных направлений анализа деятельности фирмы в условиях рыночной экономики. Поэтому важно, исходя из специфики предприятия, выбрать методику исследования, которая наиболее подходит для сложившейся ситуации. В статье рассматриваются мнения различных авторов о том, что определяет деловую активность и какими показателями ее можно измерить.

Ключевые слова: деловая активность, коэффициенты оборачиваемости, методические основы анализа деловой активности, оборачиваемость, рентабельность, финансовое состояние предприятия.

CHELMAKINA L. A., MIRONCHEVA A. S.

METHODOLOGICAL BACKGROUND OF BUSINESS ACTIVITY ANALYSIS

Abstract. The business activity analysis is one of the crucial directions of the firm analysis under the market economy conditions. Therefore, it is important to choose the correct research method, considering the enterprise specifics. The article reviews the opinions of a number of authors on business activity and what indicators could be used to measure it.

Keywords: business activity, turnover coefficients, methodological background of business activity analysis, turnover, profitability, company financial condition.

Деловая активность – это характеристика состояния предпринимательской деятельности в отрасли, фирме, стране. В широком смысле деловая активность означает весь спектр усилий, направленных на продвижение фирмы на рынках продукции, труда, капитала, в более узком смысле – как текущая производственная и коммерческая деятельность предприятия. Она тесно связана с другими важнейшими характеристиками коммерческой организации, являясь объектом экономического анализа, поэтому может быть оценена с помощью ряда показателей.

В научной литературе можно найти множество дефиниций категории деловой активности организации. Одни авторы считают деловую активность понятием широким, включающим в себя финансовую, инвестиционную, инновационную, трудовую, маркетинговую активность, другие отводят ей роль связующего звена в системе показателей комплексного экономического анализа, а то и вовсе ограничиваются лишь упоминанием о данной сфере анализа в своих исследованиях.

Так, по мнению О. В. Медведевой, Е. В. Шпилевской, А. В. Немова, деловая активность отражает результаты работы предприятия относительно величины авансированных ресурсов

или величины их потребления в процессе производства [4, с.188]. Ет можно представить как систему качественных и количественных критериев, где качественные критерии – это широта рынков сбыта, репутация предприятия, конкурентоспособность, наличие стабильных поставщиков и потребителей, а количественные – представленные ниже абсолютные и относительные показатели (формула 1):

$$КООС = BP/OA \quad (1)$$

BP – выручка от реализации;

OA – средняя величина оборотных активов;

КООС – коэффициент оборачиваемости оборотных средств (активов).

$$ДООС = Д/КООС \quad (2)$$

где ДООС – средняя продолжительность одного оборота оборотных средств;

Д – продолжительность периода (360,180 или 90 дней).

$$КОДЗ = BP/ДЗ \quad (3)$$

где КОДЗ – коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности;

ДЗ – средняя величина дебиторской задолженности.

$$ДОДЗ = Д/КОДЗ \quad (4)$$

где ДОДЗ – длительность одного оборота оборачиваемости дебиторской задолженности.

$$КОКЗ = BP/КЗ \quad (5)$$

где КОКЗ – коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности;

КЗ – средняя величина кредиторской задолженности.

$$ДОКЗ = Д/КОКЗ \quad (6)$$

где ДОКЗ – длительность одного оборота оборачиваемости кредиторской задолженности.

$$\sum \text{высв} / \text{привл} = (ДООС_{\text{кон.периода}} - ДООС_{\text{нач.периода}}) \times BP_{\text{отч.период}} / Д \quad (7)$$

где $\sum \text{высв} / \text{привл}$ – сумма высвобождения или привлечения оборотных средств.

Таким образом, в данном подходе подробно рассмотрены показатели оборачиваемости в качестве данных для анализа деловой активности, однако такой подход недостаточно широко позволяет охарактеризовать деловую активность предприятия, опуская показатели рентабельности, ликвидности бизнеса, платежеспособности и прочих важных показателей, необходимых для комплексной характеристики предприятия.

Более широко рассматривают деловую активность Кирьянова З. В. и Седова Е. И., рекомендуя проанализировать следующие показатели:

- рентабельность капитала (рентабельности активов, собственного капитала);
- рентабельность операций (рентабельность продаж, всей деятельности);
- оборачиваемость активов, в том числе элементов оборотного капитала.

Данные авторы считают, что показатели рентабельности в деловой активности являются основными характеристиками эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. При анализе эффективности оценивается:

- рентабельность активов в сравнении с аналогичным показателем ведущих предприятий отрасли;
- уровень доходности вложений собственников предприятия. В международной практике рентабельность собственного капитала сравнивают с процентной ставкой центрального банка за вычетом уровня инфляции;
- стратегия получения прибыли. Для этого сравнивают показатели рентабельности продаж (долю прибыли в выручке) и оборачиваемости активов.

Высокая прибыльность продукции может быть «потеряна» вследствие низкой оборачиваемости активов. Напротив, высокая оборачиваемость активов обеспечивает большую массу прибыли при невысокой её норме;

- трудности в деятельности предприятия. Для этого сопоставляют динамику показателей оборачиваемости с динамикой рентабельности основной деятельности:
- если у предприятия одновременно снижается рентабельность деятельности и показатели оборачиваемости, то его проблемы заключаются в трудностях сбыта. Надо концентрировать внимание на организации деятельности отдела маркетинга и службы сбыта;
- если происходит рост оборачиваемости, но снижается рентабельность основной деятельности, то предприятию надлежит уделить особое внимание управлению издержками и сокращению затрат;
- если происходит рост рентабельности деятельности при падении оборачиваемости, то проблемы предприятия заключаются, как правило, в управлении запасами, дебиторской и кредиторской задолженностями [1, с.168].

Интересную позицию занимает профессор В. И. Бариленко. Он выделяет два подхода к оценке деловой активности предприятия – определение в абсолютном и относительном выражении. Первый подход предполагает оценку показателей динамики производства, продаж и прибыли. В основе второго лежит анализ показателей оборачиваемости.

Рассмотренные выше показатели оборачиваемости, разумеется, характеризуют деловую активность предприятия, но они отражают эффективность лишь части его имущества – оборотных средств. Поэтому в мировой практике экономического анализа широко применяются и другие показатели деловой активности, позволяющие оценить эффективность использования всех активов предприятия. Наиболее характерным из них, по мнению Бариленко, является показатель отдачи всех активов предприятия ROTA (Return on Total Assets), формула 8:

$$ROTA = ВП / A \quad (8)$$

где ВП – выручка от продаж,

A – среднегодовая стоимость активов предприятия.

Говоря об анализе деловой активности, следует отметить, что в условиях российской рыночной экономики большинство предприятий относится к акционерным обществам, а акционеров больше всего интересуют прибыль и дивиденды, которые они могут получить на свои акции. В этой связи весьма важным вопросом оценки эффективности использования средств предприятия является оценка эффективности использования средств, вложенных в акционерный капитал. В частности, норма прибыли на акционерный капитал – ROE (Return on Equity – возврат на акции, отдача), формула 9:

$$ROE = ЧП / АК \quad (9)$$

где ЧП – чистая прибыль;

АК – акционерный капитал.

Бариленко отмечает, что более высокий уровень показателя ROE и тенденции к его росту характеризуют инвестиционную привлекательность, надежность и возможности роста компании. Но этот рост зависит еще и от части дохода, направляемой в бизнес. Поэтому при анализе используется ещё один показатель – коэффициент удержания прибыли в бизнесе (RR – Return Rate). Данный коэффициент говорит о том, что руководство компании предполагает заработать деньги для акционеров путем инвестирования полученной прибыли в развитие бизнеса. Высокое значение данного коэффициента (80-90%) характеризует возможности роста компании. Рассчитывается он следующим образом (формула 10):

$$RR = (ЧП - СД) / ЧП \quad (10)$$

где ЧП – чистая прибыль;

СД – сумма дивидендов.

Умножив рентабельность собственного капитала ROE на коэффициент удержания прибыли в бизнесе RR, получим обобщающий показатель обеспеченности устойчивого роста компании (SG – Sustainable Growth), формула 11:

$$SG = \frac{ВП}{A} \times \frac{A}{СК} \times \frac{ЧП}{ВП} \times Куд.пр. \quad (11)$$

где ВП – выручка от продаж;

A – сумма активов;

СК – собственный капитал;

ЧП – чистая прибыль;

Куд. пр. – коэффициент удержания прибыли.

Что касается мнений зарубежных авторов по анализу деловой активности, большинство ученых, таких как Стоун, К. Хитчинг, Д. Дениелс, М. Л. Ииерс, Б. Нидиз, Э. Самуэль и

многие другие, считают основными показателями, характеризующими деловую активность предприятия, коэффициенты рентабельности, а также показатели прибыли. В дополнение к данной группе рассчитываются показатели оборачиваемости, остальные показатели деятельности, такие как ликвидность, финансовая устойчивость, имущественное положение считаются второстепенными.

Применяемые в России методические основы анализа деловой активности отличаются от зарубежных. Отсутствие единой методики приводит к тому, что анализ деловой активности предприятиями проводится факультативно и не является обязательным. В большинстве же развитых стран существуют компании, разрабатывающие систему критериев для оценки состояния организации и тиражирующих компьютерные программы, с помощью которых оценить деловую активность любого предприятия можно в течение нескольких минут.

Тем не менее, для анализа деловой активности отечественные авторы предлагают зарекомендовавшие себя методы, позволяющие с разных подходов оценить деловую активность предприятия независимо от его организационно-правовой формы и рода деятельности, так как чаще всего основными анализируемыми показателями выступают показатели оборачиваемости, рентабельности, ликвидности, платежеспособности, данные для расчета которых можно легко найти в бухгалтерской отчетности любого предприятия.

Таким образом, аналитик, в зависимости от целей анализа и сроков его проведения, может выбрать одну из представленных выше методик, но так как все они тесно взаимосвязаны между собой, можно объединять их для более широкого и полного анализа деловой активности предприятия. С учетом вышеупомянутых методик нами была разработана примерная система показателей, для удобства представленная в виде таблицы 1.

Таблица 1

Анализ деловой активности предприятия

Группа показателей	Показатель	Значение		Абсолютное отклонение (+,-)	Темп роста, %	Рекомендуемая норма ^[2]
		базисный период	отчетный период			
Количественные показатели	Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,614	2,053	0,439	127,20	-
	Продолжительность одного оборота оборотных активов, дни	226	178	-48	78,76	-
	Коэффициент оборачиваемости дебиторской	2,419	3,467	1,048	143,32	-

	задолженности					
	Продолжительность одного оборота (погашения) дебиторской задолженности, дни	151	105	-46	69,54	-
	Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	3,301	3,537	0,236	107,15	-
	Продолжительность одного оборота (погашения) кредиторской задолженности, дни	110	103	-7	93,63	-
	Коэффициент оборачиваемости материально- производственных запасов	4,511	4,728	0,217	104,81	-
	Продолжительность одного оборота МПЗ, дни	81	77	-4	95,06	-
	Длительность операционного цикла, дни	232	182	-50	78,45	-
	Длительность финансового цикла, дни	122	79	-43	64,75	-
Качественные показатели	Рентабельность продаж	0,080	0,056	-0,024	70	1,0
	Рентабельность основной деятельности	0,024	0,016	-0,008	66,67	1,0
	Рентабельность внеоборотных активов	0,458	0,149	-0,309	32,53	-
	Рентабельность капитала	0,079	0,060	-0,019	75,95	-
	Рентабельность собственных средств	0,093	0,062	-0,031	66,67	-

	Период окупаемости собственного капитала	10,764	16,193	5,429	150,44	-
Финансовые показатели	Коэффициент концентрации собственного капитала	0,00179	0,00176	-0,00003	98,32	>0,5
	Коэффициент финансовой зависимости	0,373	0,391	0,018	104,83	<2,0
	Коэффициент маневренности собственного капитала	0,708	0,377	0,331	47,60	>0,5
	Коэффициент структуры привлечения капитала	3,428	1,605	-1,823	46,82	0,5
	Коэффициент соотношения привлеченных и собственных средств	1,683	1,557	-0,126	92,51	<1,0
Золотое правило экономики $Tr_{\text{чп}} > Tr_{\text{в}} > Tr_{\text{а}} > 100\%$		$70,85\% < 109,64\% > 101,56\% > 100\%$				

На наш взгляд, использованные нами показатели в совокупности позволят наиболее полно и точно проанализировать деловую активность организации. По данным таблицы легко сделать выводы о состоянии деловой активности организации, провести вертикальный и горизонтальный анализ, выяснить влияние разных групп показателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кирьянова З. В. Анализ финансовой отчетности: учебник для бакалавров / З. В. Кирьянова, Е. И. Седова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2012. – 428 с.
2. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: лаборатор. практикум / В. В. Давыдова, О. И. Аверина, Н. И. Лушенкова и др. – 3-е изд., перераб. и доп. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – 120 с.
3. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / под общ. ред. проф. В. И. Бариленко. – М.: ФОРУМ, 2012. – 464 с.

4. Медведева О. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / О. В. Медведева, Е. В. Шпилевская, А. В. Немова. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 352 с.
5. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Методика финансового анализа предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 504 с.
6. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: учебник для бакалавров / под ред.: Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2013. – 549 с.

КОБЗЕВА А. В.

**АНАЛИЗ АКТИВНЫХ ОПЕРАЦИЙ БАНКА ПО КРЕДИТОВАНИЮ
ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «СБЕРБАНК РОССИИ»)**

Аннотация. В статье представлен анализ активных операций банка по кредитованию юридических лиц. В частности, рассмотрены основные направления кредитования юридических лиц Мордовским отделением ОАО «Сбербанк России»: приведена динамика общего кредитного портфеля; динамика корпоративного кредитного портфеля; составлена структура кредитов, выданных юридическим лицам.

Ключевые слова: активы банка, активные операции, кредитование, кредитный портфель, кредит.

KOBZEVA A. V.

**THE ANALYSIS OF ACTIVE BANK OPERATIONS ON LENDING
TO LEGAL ENTITIES: A STUDY OF JSC "SBERBANK OF RUSSIA"**

Abstract. The article deals with the analysis of active operations on lending to corporate customers. The author presents a study of the loans to legal entities of the Mordovian branch of JSC "Sberbank of Russia". Particularly, the dynamics of the total loan portfolio, the dynamics of the corporate loan portfolio, and the structure of the loans to legal entities are considered.

Keywords: bank assets, active bank operations, moneylending, loan portfolio, loan.

Банковская система – неотъемлемая структура рыночной экономики. Основное назначение банка – посредничество в перемещении денежных средств от кредиторов к заемщикам и от продавцов к покупателям. Банки, выступая посредниками в перераспределении капиталов, существенно повышают общую эффективность производств [2].

Актуальность темы кредитования юридических лиц неоспорима, так как кредитование, проектное финансирование и вложения в долговые ценные бумаги юридических лиц – главное направление размещения ресурсов, содействующее развитию национальной экономики, поддержке отечественного производителя товаров и услуг.

Активные операции представляют одно из двух основных направлений деятельности коммерческого банка. Если задачей первого направления (пассивные операции) является привлечение в банк денежных средств извне путем их «дешевой покупки» с использованием различных финансовых инструментов, то задачей активных операций является передача вовне аккумулированных денежных средств с целью получения прибыли, т.е. «дорогая

продажа». Активные операции – это сделки, в результате которых отчуждаются денежные средства, и происходит приобретение имущества либо обязательств сторонних лиц [1].

Основные направления кредитования юридических лиц Мордовским отделением ОАО «Сбербанк России» по целям привлечения средств представлены на рисунке 1 [4].

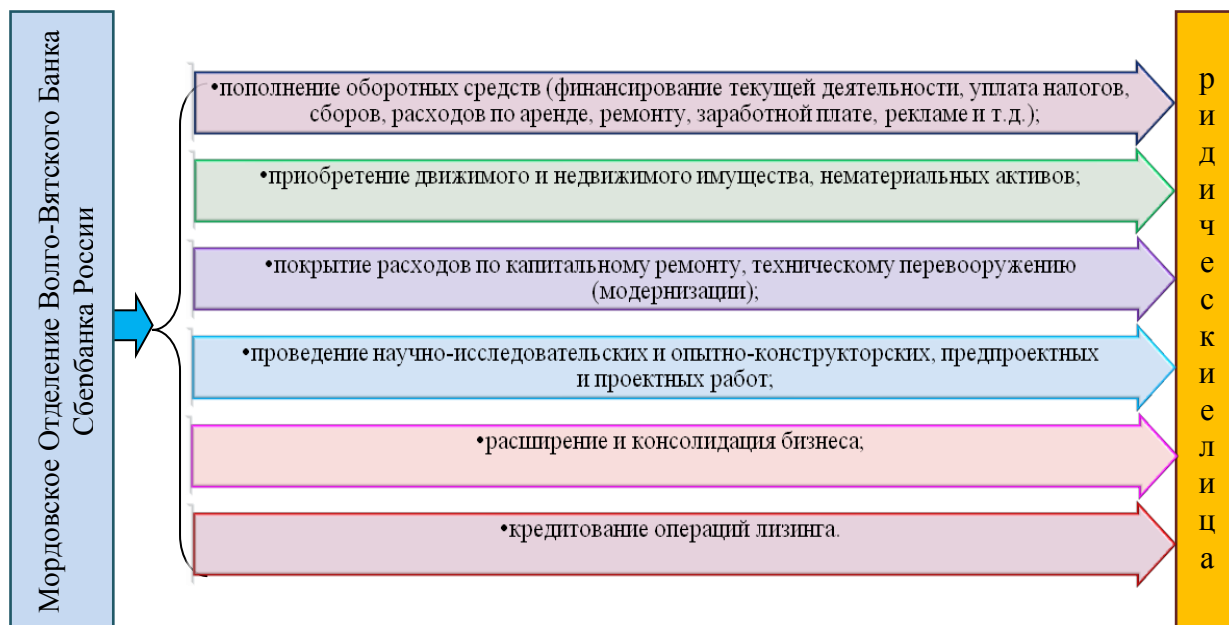


Рис. 1. Основные направления кредитования юридических лиц Мордовским отделением ОАО «Сбербанк России».

На рисунке 2 представлена динамика общего кредитного портфеля Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» [5].

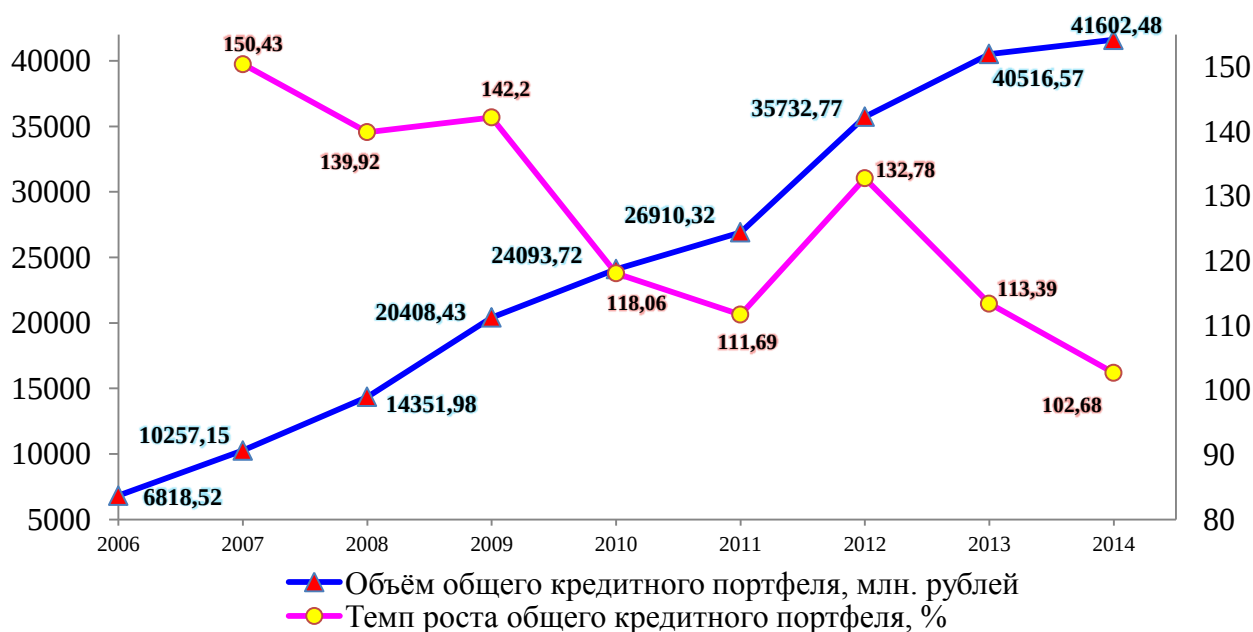


Рис. 2. Динамика общего кредитного портфеля Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» за 2006-2014 гг.

Данные рисунка 2 показывают, что на протяжении 2006-2014 гг. общий кредитный портфель Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» постоянно увеличивался, как абсолютно, так и относительно. Однако с ростом объемов кредитования происходит замедление годовых темпов их роста. Так, если в 2007 году темп прироста составил 50%, то к 2014 году – только 3%. Максимальное значение темпа роста портфеля составил 150,43%. С 2009 по 2011 гг. темп роста снизился на 30,51% и в 2011 году составил 111,69%. Однако объем кредитного портфеля наоборот увеличивался и составил на этот период 26910,32 млн. руб. Затем наблюдалось небольшое увеличение на 21,1% в 2012 г. И снижение темпа роста общего кредитного портфеля 2014 года на 30,1% (относительно 2012 года, и на 47,75% в сравнении с 2006 годом). Объем кредитного портфеля по состоянию на 1 января 2014 года составлял 41602,48 млн. руб., что на 34783,48 млн. руб. больше уровня 2006 года, т.е. за весь рассматриваемый период произошло увеличение в 6,1 раза. Можно сказать, что увеличение кредитного портфеля – положительный факт, поскольку на банк не оказывается никакого административного давления, вследствие чего он реально оценивает риски в экономике.

Проведем анализ структуры общего кредитного портфеля Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» за период с 01.01.2006 г. по 01.01.2014 г., по субъектам кредитования, которая наглядно представлена на рисунке 3.

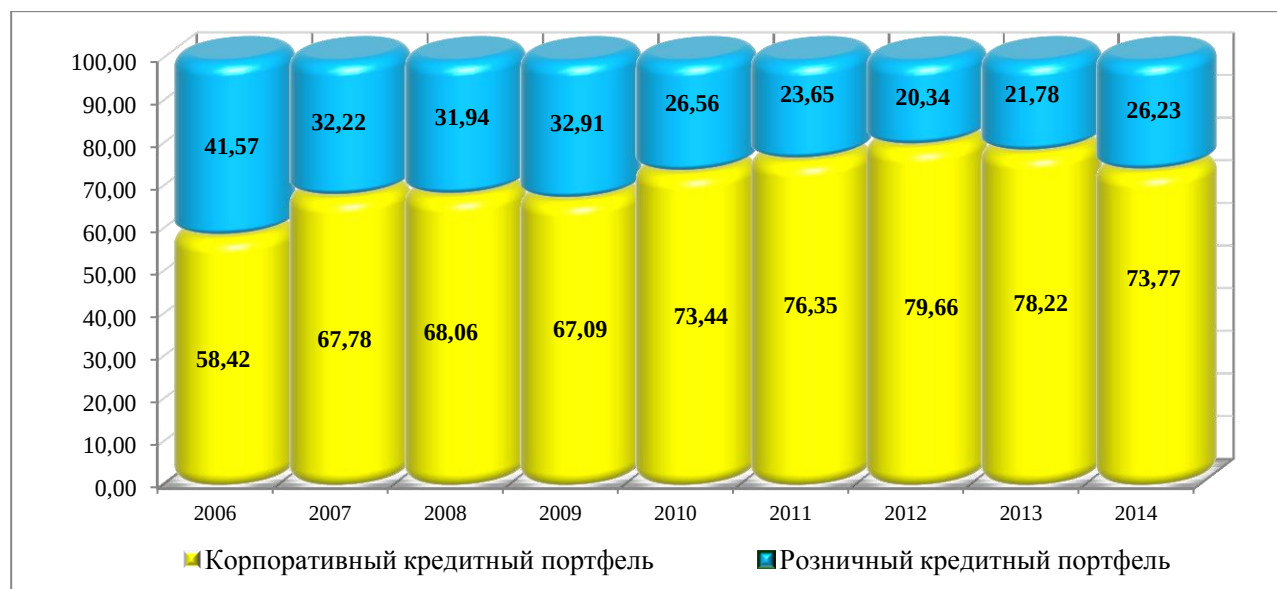


Рис. 3. Динамика структуры общего кредитного портфеля Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» по субъектам кредитования, %.

Как видно из рисунка 3, корпоративный кредитный портфель занимает основную долю (60-80%) в общем кредитном портфеле Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России». Так, на начало 2006 года удельный вес корпоративного кредитного портфеля

составил 58,42 % или 39,8 млрд. руб., тогда как розничного – 41,57 % или 28,3 млрд. руб. В последующие годы отмечался постепенный рост доли корпоративных кредитов, почти до 79% (31,7 млрд. руб.) на начало 2013 года. Но к началу 2014 года корпоративный кредитный портфель снизился на 4,45% и составил 30,7 млрд. руб. Такие сдвиги в общем кредитном портфеле обусловлены активизацией работы банка по кредитованию физических лиц.

Проанализируем динамику корпоративного кредитного портфеля Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» наглядно представленную на рисунке 4.

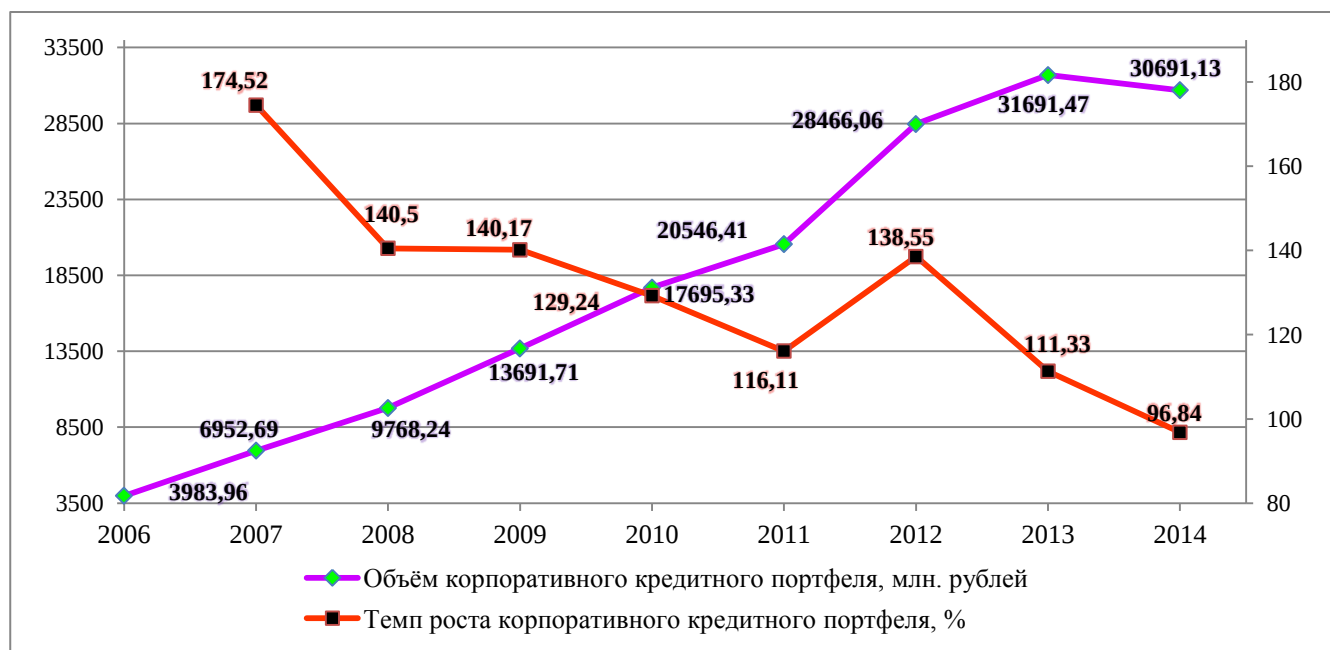


Рис. 4. – Динамика корпоративного кредитного портфеля Мордовского отделения ОАО «Сбербанк России» и темпы его роста в 2006-2014 гг.

С расширением масштабов кредитования юридических лиц в абсолютном выражении происходило затухание их роста в относительном выражении с 174,5% в 2007, перешедшее в 2014 году в падение до 96,8%. В 2014 году резкое сокращение объемов корпоративного кредитования в общем кредитном портфеле банка было компенсировано ростом розничного. Так как корпоративное кредитование – основное направление активных операций банка, то его развитие повторяет динамику общего кредитного портфеля. Данные рисунка 2.5 показывают, что в течение 2006-2013 гг. корпоративный кредитный портфель имел тенденцию к увеличению и темп его роста за год в среднем составлял 135,8%. Темп роста с 2007 по 2011 годы снизился на 58,41% и составил в 2011 году 116,11%. Однако объем корпоративного кредитного портфеля наоборот увеличивался и составил на этот период 20546,41млн. руб. Затем небольшое увеличение на 22,4% в 2012 году. И снижение темпа роста корпоративного кредитного портфеля 2014 года на 41,71% (относительно 2012 года, и

на 77,68% в сравнении с 2006 годом). И так же снижение произошло в объеме корпоративного кредитного портфеля с 2013 по 2014 гг. (на 1000,34 млн. руб.). По состоянию на 01.01.2014 г. объем корпоративного кредитного портфеля составлял 30691,13 млн. руб., что превышает уровень 2006 г. в 7,7 раз.

Структура выданных кредитов юридическим лицам в Мордовском отделении ОАО «Сбербанк России» представлена на рисунке 5.

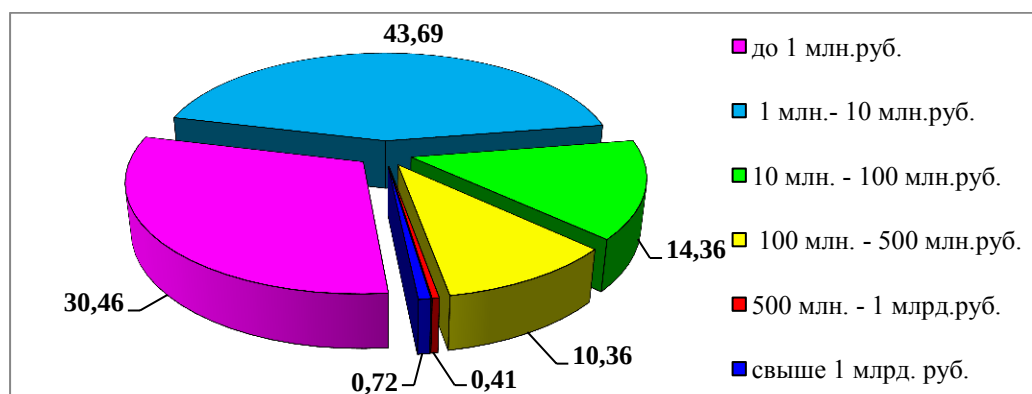


Рис. 5. Структура выданных кредитов юридическим лицам в Мордовском отделении ОАО «Сбербанк России» на 1 января 2014 года (% от суммы).

По состоянию на 01.01.2014 г. модальными для банка являются кредиты, выданные Мордовским отделением в ОАО «Сбербанк России» на сумму от 1-10 млн. руб. (43,69% от количества выданных кредитов). Наименее распространено заключение договора на сумму от 500 млн. - 1 млрд. руб. (0,41%). Если учитывать, что эффективность организации кредитования определена не только возвратностью выданных займов, но и повторяемостью, т.е. числом юридических лиц, обратившихся в банк повторно, то можно отметить, что наблюдается устойчивая тенденция возвращения клиентов банка за повторными кредитами в отделение банка.

Таким образом, Мордовское отделение ОАО «Сбербанк России» предлагает юридическим лицам широкий выбор кредитов, принимая во внимание позицию клиента в отрасли и регионе, производственное оснащение и уровень использования технологий, общую эффективность управления бизнесом. Сдвиги в общем кредитном портфеле банка обусловлены активизацией его работы по кредитованию физических лиц. С расширением масштабов кредитования банком юридических лиц в абсолютном выражении происходило затухание темпов их роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Букато В. И., Львов Ю. И. Банки и банковские операции / под ред. М. Х. Лapidуса. – М.: Финансы и статистика, 1996 – 286 с.
2. Глушкова Н. Б. Банковское дело. – М.: Альма Матер, 2005 – 432 с.
2. Смулов А. М. Промышленные и банковские фирмы: взаимодействие и разрешение кризисных ситуаций. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 527 с.
3. Смулов А. М. Управление проблемной банковской задолженностью: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подгот. 080100 "Экономика" (квалификация (степень) - "бакалавр"), профиль "Банковское дело" / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 352 с.
4. [Электронные ресурс]. – Режим доступа: <http://bankir.ru/bank/1399614>.
5. [Электронные ресурс]. – Режим доступа: <http://bankir.ru/bank/13925612>.

БИКЕЕВА М. В., ТЕЗИНА Л. Е.
СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ИНВАЛИДОВ
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ)

Аннотация. В статье рассматриваются основные аспекты социально-экономического положение инвалидов в Республике Мордовия. С помощью метода кривых роста исследованы уровень и качество жизни данной социальной группы.

Ключевые слова: инвалид, инвалидность, социально-экономическое положение инвалидов, социальное обслуживание, социальная помощь, социальная услуга, пенсия, пенсионное обеспечение, единовременная денежная выплата.

BIKEEVA M. V., TEZINA L. E.
STATISTICAL METHODS TO STUDY
SOCIAL AND ECONOMIC STATUS OF DISABLED PEOPLE:
A STUDY OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA

Abstract. The article considers social and economic status of disabled people in the Republic of Mordovia. The authors use the growth curve method to study the level and quality of life of the social group in question.

Keywords: disabled person, disability, social and economic status of disabled people, social service, social assistance, social care, pension, pension provision, lump sum payment.

Степень благополучия общества в целом, в конечном счете, определяется благополучием всех его членов. Именно это – высокий уровень жизни населения, максимально широкие возможности для всестороннего развития, уверенность каждого в завтрашнем дне – является главной целью социальной политики любого государства. В связи с этим социальная политика государства представлена спектром действий, направленных на выполнение им социальных обязательств, и прежде всего, по отношению к слабозащищенным слоям населения, среди которых население с ограниченными возможностями.

Результаты исследования показали, по состоянию на 1 января 2013 г. в Республике Мордовия на учете состояло 80640 инвалидов. По сравнению с предыдущим периодом численность инвалидов сократилась на 1,5%, а по сравнению с 2008 г. данный показатель снизился на 5,7%. Численность инвалидов в возрасте старше 18 лет в рассматриваемом периоде ежегодно сокращалась в среднем на 1,3%, а численность детей-инвалидов в возрасте до 18 лет – в среднем на 5,0% и на 1 января 2013 г. составляла 2536 человек.

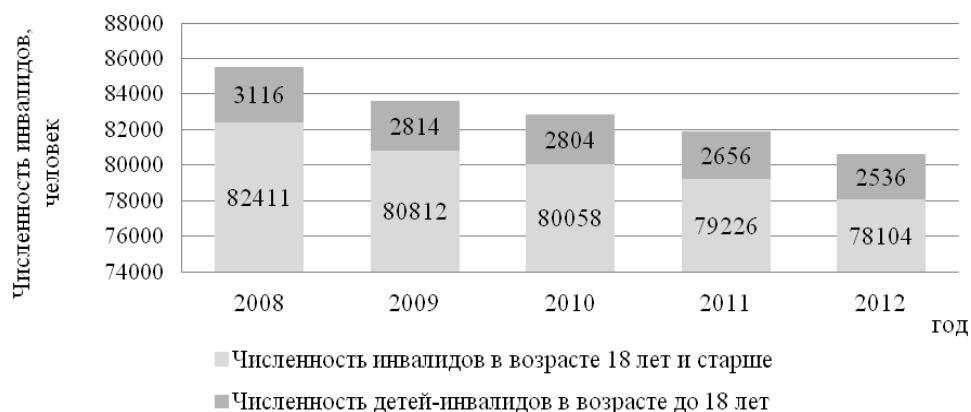


Рис. 1. Динамика численности инвалидов в Республике Мордовия за 2008 – 2012 гг.

В 2012 г. численность лиц, впервые признанных инвалидами, сократилась по сравнению с предыдущим годом на 7,3%. Из общей численности лиц, впервые признанных инвалидами, почти половина инвалидов (47,4%) – лица в трудоспособном возрасте, что отражается на производстве продуктов и услуг и общем уровне и качестве жизни населения.

С точки зрения макроэкономики следствием инвалидизации населения являются экономические потери, связанные с недопроизводством ВРП (таблица 1) [2].

Таблица 1

Упущенная выгода в производстве ВРП в результате инвалидности лиц
За 2005 – 2012 гг., млн. руб.

Год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
УВИ, млн. руб.	4374.3	5951.8	8052.5	9657.3	9039.3	10475.2	12582.4	15452.6
Темп прироста УВИ, в % к прошлому году	-	36,1	35,3	19,9	-6,3	15,9	20,1	22,8

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в 2012 г. в результате инвалидности в общем объеме ВРП недопроизведено продукции (работ, услуг) на сумму 15452,6 млн. рублей, что выше уровня 2005 г. в 3,5 раза.

В целях улучшения качества жизни инвалидов правительством РФ разработана Федеральная целевая программа «Доступная среда», задачами которой являются:

- внедрение принципа «универсального дизайна» в техническом регулировании в области разработки и внедрения оборудования, программ, услуг, а также объектов транспортной и социальной инфраструктуры;

– повышение объема телевизионных и радиопередач, спортивных, рекреационных и туристических объектов, доступных для инвалидов; повышение количества детей-инвалидов, включенных в систему обязательного начального и среднего образования;

– увеличение количества детей-инвалидов, участвующих в играх, проведении досуга и отдыха, в спортивных мероприятиях, включая мероприятия в рамках школьной системы и др. [1].

Основным источником доходов инвалидов в Российской Федерации является пенсия. Однако ее размер настолько мал, что для нормальной жизнедеятельности инвалидов пенсии зачастую недостаточно (рисунок 2).

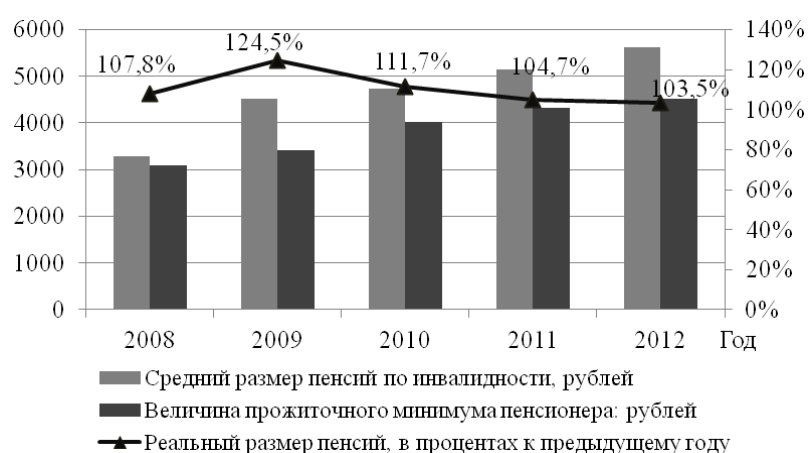


Рис. 2. Средний размер назначенных пенсий по инвалидности в РМ в 2008 – 2012 гг.

Официальные статистические данные свидетельствуют о том, что средний размер назначенной месячной пенсии по инвалидности в регионе в 2012 г. составлял лишь 5630,3 рубля. Рисунок 2 демонстрирует ее рост по сравнению с предыдущим годом на 9,5%, а по сравнению с 2008 г. – в 1,7 раза. Средний размер пенсии по инвалидности в регионе превышает величину прожиточного минимума пенсионера в 2012 г. на 24,8%.

Создание доступной среды для инвалидов, комфортных условий для проживания является приоритетной задачей современного общества, о чем упомянул президент Российской Федерации В. В. Путин в преддверии параолимпиады, проходившей в г. Сочи весной 2014 г. Глава государства напомнил чиновникам всех уровней о необходимости заботиться об инвалидах, создавать для них безбарьерную среду [4]. К одной из форм социального обслуживания инвалидов относится социальное обслуживание в стационарных учреждениях (таблица 2).

Стационарные учреждения социального обслуживания престарелых и инвалидов
в Республике Мордовия в 2009 – 2013 гг. (на конец года)

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013
Число учреждений для престарелых и инвалидов (взрослых)	22	22	22	22	22
в том числе: общего типа	16	16	18	18	18
психоневрологические	4	4	4	4	4
Численность проживающих в них (человек)	1867	1913	1884	1920	1902
в том числе: в учреждениях общего типа	895	929	950	970	954
психоневрологических	922	931	934	950	948
Число учреждений для детей-инвалидов	2	2	2	2	2
в них: мест	155	155	155	110	110
Проживающих (человек)	121	110	115	83	76

В Республике Мордовия в 2009 – 2013 гг. число стационарных учреждений для престарелых и инвалидов (взрослых), а также число стационарных учреждений для детей-инвалидов не изменилось. В среднем за рассматриваемый период численность проживающих в стационарных учреждениях для престарелых и инвалидов росла ежегодно на 0,4%. Однако в учреждениях для детей-инвалидов в 2012 г. число мест сократилось на 29,1%, что, безусловно, может привести к негативным последствиям в сфере социального обслуживания детей-инвалидов. Однако численность проживающих в учреждениях для детей-инвалидов также сократилась в 2013 г. по сравнению с 2009 г. на 37,2%, поэтому дефицита мест в данных учреждениях не наблюдается.

В статье проведен кластерный анализ регионов Российской Федерации по уровню социально-экономического положения инвалидов. В результате регионы РФ разделились на 3 кластера. Республика Мордовия вошла в 3-й кластер с низким уровнем социально-экономического положения инвалидов.

Для исследования зависимости показателей пенсионного обеспечения инвалидов от различных факторов в работе проведем корреляционно-регрессионный анализ. В качестве результативных показателей Y_1 и Y_2 используем средний размер пенсии по инвалидности и удельный вес инвалидов, получающих ЕДВ, от общей численности населения региона. Для анализа было отобрано 6 факторов, влияющих на показатели пенсионного обеспечения инвалидов:

- X_1 – численность пострадавших на производстве, человек;
- X_2 – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, рублей;
- X_3 – заболеваемость населения (человек на 1000 человек населения);
- X_4 – индекс потребительских цен на все товары и услуги, %;
- X_5 – объем доходов Пенсионного фонда РМ, млн. рублей;
- X_6 – коэффициент естественного прироста населения, ‰.

В результате статистической обработки данных и проверки коэффициентов регрессии и корреляции на их значимость уравнение регрессионной зависимости, отражающее зависимость среднего размера назначенных месячных пенсий по инвалидности от влияющих на него факторов выглядит следующим образом:

$$\hat{Y}_t = 197,3 - 0,033X_1 + 0,371X_2 - 1,523X_3 \quad (1)$$

Уравнение регрессионной зависимости, отражающее зависимость удельным весом инвалидов, получающих ЕДВ, от общей численности населения региона от влияющих на него факторов выглядит следующим образом:

$$\hat{Y}_t = 5,101 - 0,145X_1 + 0,149X_2 - 1,439X_3 \quad (2)$$

Расчёт β -коэффициентов и коэффициентов эластичности показал, что на средний размер пенсии по инвалидности и численность получателей единовременной денежной выплаты влияют численность пострадавших на производстве, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата и заболеваемость населения.

При прогнозировании среднего размера назначенных месячных пенсий по инвалидности использованы следующие методы: аналитическое выравнивание, экспоненциальное сглаживание и построение ARIMA-моделей. Наилучшей признана модель экспоненциального сглаживания. Результаты прогнозирования представлены на рисунке 3.

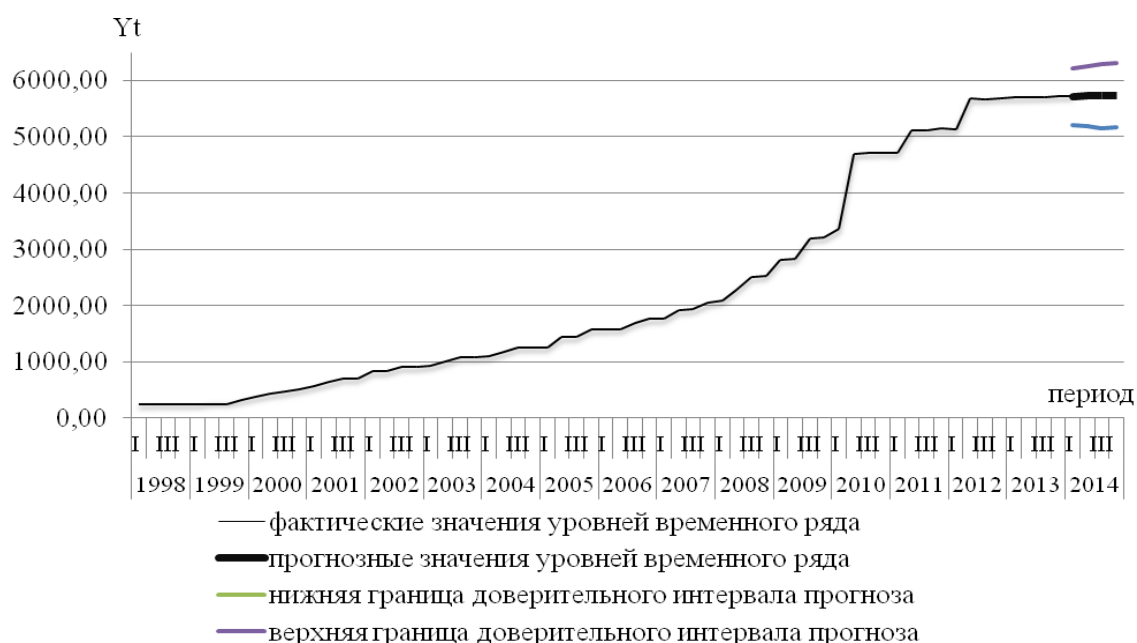


Рис. 3. Прогноз среднего размера назначенных месячных пенсий по инвалидности на 2014 г., руб.

Точечный прогноз свидетельствует, что к концу 2014 г. при неизменных условиях в сфере социального обеспечения инвалидов средний размер назначенных месячных пенсий по инвалидности в регионе составит 5740,6 рублей.

Таким образом, в сфере социального обеспечения наряду с положительными моментами присутствуют и достаточно серьезные отрицательные тенденции. Федеральные программы, призванные поддержать уровень жизни инвалидов, в том числе и программа «Доступная среда», реализуются не в полном объеме и не позволяют обеспечить достойное качество жизни данной категории населения. Для улучшения социально-экономического положения инвалидов необходимо принимать меры, направленные на улучшение условий труда (замену устаревшей техники, повышение безопасности производства, ввод модернизированного оборудования), повышение заработной платы работников и сокращение уровня заболеваемости населения. Защитить инвалидов и тех, для кого пенсия является основным или единственно возможным источником средств к существованию, – одна из самых первоочередных задач современной Мордовии, так как в социальном государстве нет и не должно быть нуждающихся инвалидов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении государственной программы РФ «Доступная среда» на 2011–2015 гг. – [Электронный ресурс]. – Распоряжение Правительства РФ от 26 ноября 2012 N 2181-р. – М., 2012. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-Плюс».
2. Об утверждении методологии расчета экономических потерь от смертности, заболеваемости и инвалидизации населения. – [Электронный ресурс]. – Приказ минэкономразвития РФ № 192, Минсоцразвития РФ № 323н, Минфина РФ № 45н, Росстата № 113 от 10.04.2012. – М., 2012. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-Плюс».
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России по Республике Мордовия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mrd.gks.ru>.
4. Самохина Н. В. Инвалиды сегодня // Новая библиотека. – 2014. – № 4. – С. 14–16.

САВЕЛЬЕВА К. А.

**АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «РОСТЕЛЕКОМ»)**

Аннотация. В статье анализируется процесс управления корпоративной социальной ответственностью. В частности, дана краткая характеристика корпоративной социальной ответственности ОАО «Ростелеком». Предложены рекомендации по улучшению управления корпоративно-социальной ответственностью ОАО «Ростелеком».

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, экономическая составляющая, экологическая составляющая, социальная составляющая, социальная программа.

SAVELYEVA K. A.

**THE ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY:
A STUDY OF JSC "ROSTELECOM"**

Abstract. The article considers the analysis of corporate social responsibility management. Particularly, a short characteristics of corporate social responsibility of JSC "Rostelecom" is presented. The author gives some recommendations for improving the management of corporate and social responsibility of the company in question.

Keywords: corporate social responsibility, stakeholders, economic component, ecological component, social component, social program.

Переход к устойчивому развитию стал важнейшей целью в современных условиях для человечества и отдельных стран. Уделяется внимание устойчивому развитию и в России. Одним из направлений его обеспечения является особая модель поведения отечественного бизнеса в условиях социально-ориентированной рыночной экономики, в основе которой заложена его социальная ответственность.

В сложившихся обстоятельствах произошли изменения условий, в которых протекает предпринимательская деятельность. От современного бизнеса ожидают исполнения двоякой роли:

- а) самоограничения и воздержания от такой деятельности, которая создает проблемы для общества (например, загрязнение окружающей среды);
- б) ответственности за позитивные шаги на пути общественного прогресса.

В подобных условиях бизнес все больше оказывается вовлеченным в решение социальных проблем. Современные руководители предприятий понимают, что бизнес не может процветать в вакууме, и благополучие предприятия неразрывно связано с социальным благополучием общества, частью которого оно является [3, 4].

В этой связи именно корпоративная социальная ответственность выступает в роли наиболее оптимальной формы взаимодействия бизнеса с социальными группами общества, так как позволяет бизнесу интегрироваться в социальную систему общества и стать одним из необходимых элементов социальной реальности [1].

Рассмотрим процесс управления корпоративной социальной ответственностью на примере национальной телекоммуникационной компании, крупнейшего оператора связи – ОАО «Ростелеком».

ОАО «Ростелеком» занимается социальной деятельностью и вносит вклад в решение социальных проблем уже более 10 лет. Реализация проектов и программ ОАО «Ростелеком» в области социальной ответственности четко регламентирована и осуществляется на основе общей платформы, обеспечивающей единство подходов в управлении комплексом социальных аспектов деятельности [5]. При этом компания определяет свою миссию в том, чтобы не только обеспечивать качественные услуги связи для своих клиентов, но и в том, чтобы помогать развитию местных сообществ в регионах присутствия компании, содействовать формированию стабильной социальной среды и повышению качества жизни в стране.

Осуществление миссии в ОАО «Ростелеком» обеспечивается благодаря реализации внутренних и внешних социальных программ (таблица 1).

Таблица 1

Содержание социальных программ ОАО «Ростелеком»

Внутренняя среда	Внешняя среда
1. Безопасность труда	1. Ответственность перед потребителями услуг
2. Стабильность оплаты труда	2. Добросовестные отношения с бизнес-партнерами
3. Дополнительное медицинское и социальное страхование персонала	3. Содействие охране окружающей среды
4. Развитие персонала	4. Выполнение обязательств по налоговым платежам
5. Оказание помощи работникам в критических ситуациях	5. Взаимодействие с местным сообществом

При этом внутренние социальные программы предполагают отношение к персоналу, развитию человеческих ресурсов в компании, к акционерам. Внешние социальные программы затрагивают выполнение требований законодательства, взаимодействие с потребителями и бизнес-партнерами, экологическая деятельность, участие в развитии местного сообщества.

Что касается внутренней корпоративной социальной ответственности, то ОАО «Ростелеком» относится ответственно к собственному персоналу, регулярно повышая величину заработной платы и назначая ее уровень в соответствии со среднероссийским, а также увеличивая уровень выплат социального характера и расходов на охрану труда [2]. Так, за анализируемый период на предприятии наблюдается рост фонда оплаты труда на 1,0% по сравнению с 2011 г. и на 5,7% по сравнению с 2013 г. Средняя заработная плата работников предприятия за 2011–2013 гг. возросла соответственно от 25 132 р. в 2011 г. до 29 444 р. в 2013 г. Таким образом, статистические данные свидетельствуют о том, что ОАО «Ростелеком» ответственно относится к собственному персоналу, повышая заработную плату и назначая ее уровень в соответствии со среднероссийским.

На мероприятия по улучшению условий и охраны труда в 2013 г. было израсходовано около 705 млн. рублей, что в расчете на 1 работника составило 4,6 тыс. рублей. Работники обеспечиваются необходимыми спецодеждой и средствами защиты в соответствии с отраслевыми нормами. Регулярно проводятся профессиональные медосмотры работников, занятых на работах с вредными и опасными производственными факторами. Проводится обучение по охране труда, аттестация рабочих мест по условиям труда. В результате проводимой работы по обеспечению безопасных условий труда в 2012 г. уровень производственного травматизма снижен на 8,9% по сравнению с 2011 г., в 2013 г. – на 8,3% по сравнению с 2012 г.

ОАО «Ростелеком» ведет себя ответственно и перед внешними стейкхолдерами – перед потребителями, предоставляя им телекоммуникационные услуги высокого качества, соответствующие техническим нормам и стандартам [5]. С 2006 г. в компании действует система менеджмента качества в соответствии с требованиями стандартов ISO серии 9000. В 2011 г. она была сертифицирована не только на соответствие требованиям национального стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2008, но и на соответствие международному стандарту ISO 9001:2008. Кроме того, в 2012 г. ОАО «Ростелеком» получило сертификаты соответствия системы добровольной сертификации услуг связи, услуг информационных

технологий и систем качества предприятий «Интерэкомс» на услуги местной и внутризоновой телефонной связи, услуги присоединения и пропуска интернет-трафика. Весь перечень услуг ОАО «Ростелеком» идентифицирован, проверен и соответствует требованиям нормативных документов.

Результаты исследования показали, что ОАО «Ростелеком» осуществляет реализацию масштабных инфраструктурных проектов в виде развития социальной инфраструктуры территорий, экологических, благотворительных и прочих программ. Так, в рамках реализации социальной ответственности в компании действуют следующие социальные программы: «Образование», «Спорт», «Забота», «Экология», «Духовное наследие». Данные направления деятельности компании способствуют решению многих проблем местного сообщества.

Для улучшения управления корпоративно-социальной ответственностью ОАО «Ростелеком» целесообразным представляется реализовать следующие мероприятия.

1) В условиях быстро развивающихся технологий компании следует расширять ассортимент услуг и представлять своим клиентам новые возможности, например, в виде разнообразных интеллектуальных услуг.

2) Компании следует проводить постоянную работу по усилению контроля качества обслуживания клиентов. В целях создания обратной связи с клиентами и выявления уровня их удовлетворенности обслуживанием в работе предложена организация единого центра обработки вызовов, оборудованного современными средствами по обеспечению высокого уровня доступности услуги. При этом для сотрудников данного центра предусмотрены программы обучения, а также система регулярного тестирования уровня их знаний.

3) В целях повышения эффективности обслуживания клиентов по всей территории России компании следует развивать дистанционные каналы продаж и обслуживания в виде центров нового поколения, расположенных в крупных городах страны и предлагающих широкий спектр услуг и оборудования для частных и корпоративных клиентов. Одной из важных задач данных центров станет распространение современных информационных технологий и повышение ИТ-грамотности населения. На базе данных центров возможно создание школ компьютерной грамотности для разных категорий населения, желающих обучаться работе на компьютере и использованию Интернета.

4) Взаимоотношения с поставщиками ОАО «Ростелеком» должны строиться на принципах прозрачности, честности и доверия. В частности, для приобретения оборудования, товаров и услуг компании следует использовать систему электронных торгов, гарантирующих удобство, простоту и скорость осуществления покупки, а также уменьшение вероятности коррупционных рисков при их проведении.

5) ОАО «Ростелеком» следует продолжать и активизировать деятельность, связанную с заботой о ресурсах и окружающей среде. В рамках политики корпоративной социальной ответственности рекомендуется активизировать деятельность компании в сфере экологии в следующих аспектах:

- минимизация воздействия на окружающую природную среду;
- снижение энергопотребления;
- экономия ресурсов и использование альтернативных источников энергии;
- утилизация отходов;
- благоустройство городских территорий.

6) С целью совершенствования программ, направленных на развитие и социальную поддержку собственного персонала, рекомендуется внедрение в практику деятельности компании социального пакета, содержащего набор компенсаций и льгот. Основными подходами к определению содержания социального пакета являются: ранжирование работников и льгот, лимитирование, выборочный подход, балльная оценка, комбинированный подход.

Предлагаемые подходы позволят сформировать приемлемый для каждого сотрудника компании набор компенсаций в социальном пакете. Важным аспектом является соблюдение небольших различий между составляющими социальных пакетов для разных должностных категорий. В связи с этим целесообразно закрепить децильный коэффициент: отношение заработной платы высших руководителей (с учетом безналичных компенсаций) к средней заработной плате в компании. Юридически дополнительные компенсационные льготы следует закреплять в коллективном договоре, который заключается между профсоюзным органом и работодателем, а конкретный перечень льгот – в индивидуальном контракте с каждым работником ОАО «Ростелеком».

7) Для разработки внутренней корпоративной социальной ответственности в ОАО «Ростелеком» следует внести изменения в структуру управления корпоративной социальной ответственностью компании. Необходимо создание отдельного подразделения

– Департамента внутренних коммуникаций, подчиняющегося непосредственно Правлению ОАО «Ростелеком».

К наиболее значимым функциям Департамента внутренних коммуникаций следует отнести:

- повышение устойчивости и уровня оплаты труда работников компании, достижение его соответствия количеству и качеству труда;
- формирование социального пакета для каждого работника компании в соответствии с его должностной категорией;
- улучшение условий труда, снижение уровня их вредности для здоровья работников компании;
- создание условий профессионального роста и повышение уровня образования работников компании;
- предотвращение социальной напряженности и социальных конфликтов.

Таким образом, предложенные рекомендации, на наш взгляд, будут способствовать увеличению прибыльности компании за счет устойчивых отношений, выстроенных в результате кооперации с заинтересованными сторонами, выстраивания с ними диалога, учетом их нужд при принятии управленческих решений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бикеева М. В. Социальная ответственность бизнеса: теория, методология, практика: монография. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 138 с.
2. Бикеева М. В. Социальная защита работников предприятия как элемент корпоративной социальной ответственности // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 1. – С. 136-138.
3. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2008. – 216 с.
4. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И. Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М. А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.
5. Социальный отчет ОАО «Ростелеком». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rostelecom.ru/social/report/>.

КУДАШКИНА Е. Н., НЕНЮКОВА Е. В.
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА
В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены параметры развития молочного скотоводства в Республике Мордовия. Экономически обоснована необходимость развития отрасли на основе инновационных технологий.

Ключевые слова: молочное скотоводство, инновационное развитие, АПК, эффективность, сельское хозяйство, технологии, региональные целевые программы.

KUDASHKINA E. N., NENYUKOVA E. V.
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF DAIRY CATTLE BREEDING
IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA: AN ECONOMIC FEASIBILITY STUDY

Abstract. The article considers the development conditions of dairy cattle breeding in the Republic of Mordovia. The authors present an economic feasibility study to show the importance of innovative technologies for the industry further development.

Keywords: dairy cattle breeding, innovative development, agribusiness, efficiency, agriculture, technology, regional programs.

Молочное скотоводство является одной из основных отраслей сельского хозяйства страны и многих ее регионов. Оно занимает важное место в обеспечении населения молочными продуктами и определяет эффективную деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Несмотря на существенное внимание со стороны государства, молочное скотоводство продолжает оставаться низкоэффективной отраслью сельского хозяйства. В сложившейся ситуации необходим поиск радикальных мер, направленных на повышение экономической эффективности производства молока на сельскохозяйственных предприятиях на основе внедрения инновационных приемов в технологию производства молока и повышения его качества.

В повышение экономической эффективности деятельности предприятий существенный вклад вносит инновационная деятельность, которая служит основным фактором их развития.

Внедрение технологических инноваций оказывает влияние на производственные процессы и создает условия для управленческих инноваций, поскольку происходит изменение в организации производства.

Основными направлениями эффективного развития отрасли молочного скотоводства является увеличение производства молока за счет повышения продуктивности коров, стабилизации поголовья, реконструкции действующих ферм, их модернизации и технической оснащенности, ввода в эксплуатацию новых мощностей, улучшения кормопроизводства, совершенствования селекционно-племенной работы, улучшения воспроизводственных качеств животных и др.

Основными причинами снижения объемов и экономической эффективности производства молочной продукции является разрыв устоявшихся хозяйственных связей между товаропроизводителями в системе АПК. За последние десятилетия молочное скотоводство России претерпело довольно крупные изменения. В 2013 г. поголовье крупного рогатого скота по сравнению с 1990 г. сократилось почти в 3 раза, поголовье коров – в 2,3 раза. Производство молока снизилось на 24 млн. тонн, составив в 2013 г. 30,7 млн. тонн. Аналогичная ситуация наблюдается и в регионах России. Так, молочное скотоводство в Республике Мордовия характеризуется спадом производства молока. По состоянию на 1 мая 2014 года производство молока в Республике Мордовия составило 891,5 тонн, что на 6,3% меньше, чем на аналогичную дату 2013 года.

На рисунке 1 представлена динамика производства молока в РМ за 2009 – 2013 гг.

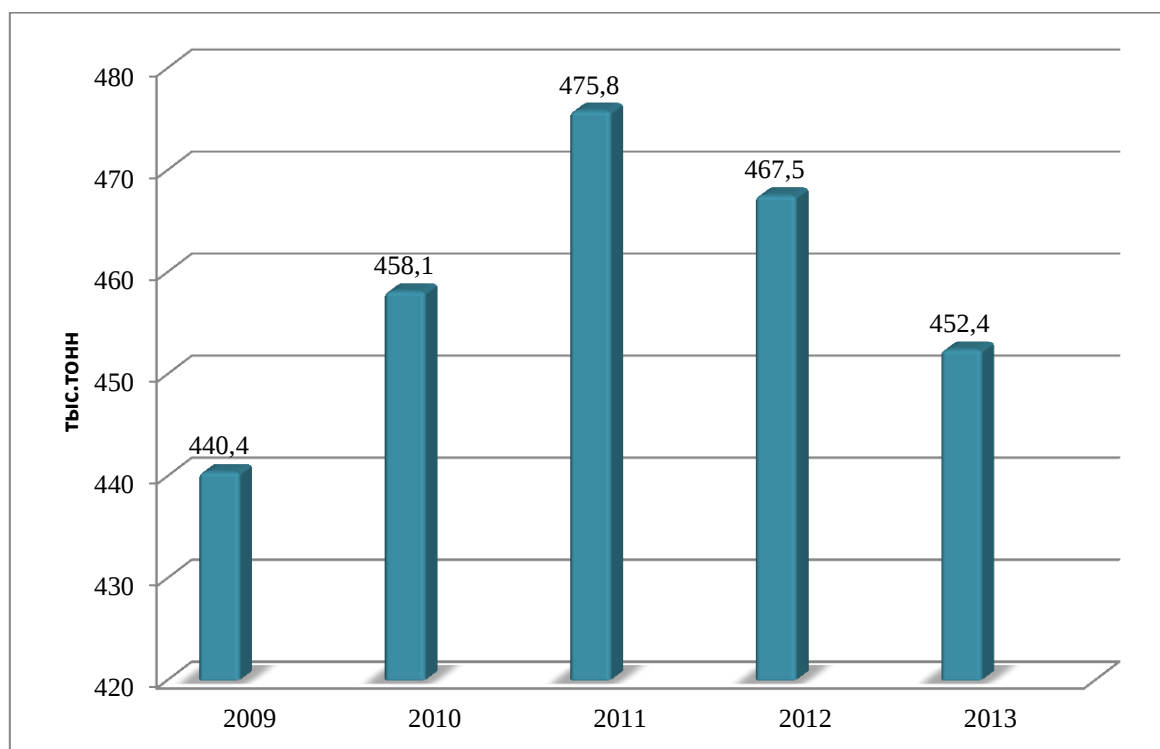


Рис.1. Динамика производства молока в Республике Мордовия за 2009 – 2013 гг.

Данные рисунка 1 свидетельствуют о том, что производство молока в Республике Мордовия колеблется по годам. Так, с 2009 по 2011 гг. наблюдается рост, а с 2011 г. наблюдается спад производства молока, который к 2013 г. составил 4,92 %.

В сельскохозяйственных организациях надой молока на 1 корову в январе – апреле 2014 г. составил 1537 кг, что на 16 кг больше, чем в январе – апреле 2013 г.

На 1 января 2014 г. в сельскохозяйственных организациях и КФХ насчитывалось 198,7 тыс. голов крупного рогатого скота (темп – 97,1%), в том числе 76 тыс. голов коров (100,1%) [54].

К началу мая 2014 года в сельскохозяйственных организациях республики имелось в наличии 178,0 тыс. тонн кормовых единиц, из них 67,2 тыс. тонн – концентрированных. В расчете на 1 условную голову скота приходится 3,8 ц кормовых единиц (соответствующий период 2013 года – 5,2 ц).

Средняя цена на молоко питьевое цельное пастеризованное 2,5% жирности на 1 мая 2014 года составляет 31,6 рублей за литр, 3,2% жирности – 36 рублей за литр. Средняя цена закупки сырого коровьего молока у производителя на 1 мая 2014 года составила 19,6 р./кг [5].

Инновационное развитие молочного скотоводства возможно при наличии должным образом организованной и эффективно функционирующей инновационной системы отрасли, представляющей собой совокупность взаимодействующих организаций – участников процесса создания и освоения нововведений с комплексным обеспечением инновационного процесса. Важно сконцентрировать ресурсы государства и бизнеса на прорывных научных направлениях и инновационных технологиях, обеспечивающих повышение конкурентоспособности молочного скотоводства, ускорение темпов экономического роста и освоение перспективных рыночных ниш.

Эффективное освоение в хозяйствах инноваций является той организационно-экономической основой, на которой базируются ресурсосберегающие технологии в условиях жестких требований рынка к уровню издержек. Если в отрасли и экономике хозяйств не будет отдачи от проводимых структурных изменений, значит выделяемые ресурсы могли быть использованы не рационально. Дальнейшие перспективы конкурентоспособности отрасли молочного скотоводства зависят от того, в какой степени ее развитие будет соответствовать общемировым тенденциям роста продуктивности животных и ресурсосбережения, так как отечественные товаропроизводители вынуждены вести свою деятельность в условиях все возрастающей конкуренции с зарубежным агробизнесом, характеризующимся переходом к инновационной модели развития производства.

В целом, в молочном скотоводстве Республики Мордовия наблюдается слабое внедрение инновационных технологий. Основными факторами, сдерживающими инновационное развитие, являются:

- слабый уровень научно исследовательской базы;
- неготовность предприятий к освоению научно-технических достижений;
- недостаток информации о новых технологиях;
- недостаток собственных финансовых средств, длительный срок окупаемости инновационных проектов, высокая доля риска;
- недостаточный уровень проработки законодательных и нормативно-правовых документов.

В сложившихся обстоятельствах приоритетными направлениями в молочном скотоводстве являются: автоматизация процессов производства продукции, применение современного технологического оборудования, использование вторичного сырья в производстве молочных продуктов для функционального питания. Первоочередной задачей для осуществления интенсификации сельского хозяйства РМ является проведение региональной инновационной политики, которая бы способствовала комплексному использованию имеющегося научного потенциала, а также его обновлению.

Инновационные технологии играют существенную роль в хозяйственной деятельности предприятия. Они позволяют повысить продуктивность скота, качество и валовое производство молока, увеличить производство кормов, улучшить их качество на основе повышения плодородия почв. Появились возможности проведения селекционно-племенной работы с использованием генной инженерии, позволяющие значительно сократить сроки достижения желаемых результатов. Весьма революционными оказались и последние достижения науки о кормлении жвачных животных. На практике очень полезными оказались научные разработки в области повышения физиологичности кормления, поения, доения животных, а также комфортности содержания скота, существенно повлиявшие на технико-экономические показатели отрасли молочного животноводства. Современное оборудование для молочных ферм включает в себя применение средств электроники и сенсорных датчиков, которые объединяют сеть производственных процессов и контрольных операций и являются многофункциональным инструментом применения информационного ресурса молочного животноводства. Рационально используемое оборудование для молочных ферм способствует повышению эффективности молокопроизводства, снижению ресурсозатрат и внутрихозяйственных рисков. Существует также оборудование, с помощью которого можно измерить содержание жиров, протеинов, мочевины, лактозы и других элементов и веществ в молоке с помощью

инфракрасного излучения в ходе доения на каждом доильном месте. Используя получаемые данными приборами показатели, можно оценивать состояние здоровья животного, потребность его в кормах, продуктивность и состояние охоты.

Переход на инновационные технологии способствует превращению молочного скотоводства в высокорентабельную отрасль. Появятся собственные специалисты по современным технологиям в кормопроизводстве и скотоводстве. Своевременным станет увеличение стада КРС и производимой продукции. Это возможно при создании новых быстровозводимых животноводческих помещений европейского типа, увеличении дойного стада.

Информационно-консультационные службы играют существенную роль в решении проблем внедрения инновационных технологий. Их главная задача – развитие конкурентоспособности аграрного сектора путем оказания содействия сельхозтоваропроизводителям в принятии ими оптимальных управленческих решений для эффективного ведения хозяйства. Это означает, что инструктора-консультанты должны обучать сельхозтоваропроизводителей новым инновационным технологиям, эффективному управлению хозяйством, маркетинговому, финансовому и другим видам анализа для принятия грамотных решений и роста производства.

К факторам повышения эффективности развития молочного скотоводства при условии его интенсификации, ориентации на инновационный путь развития относятся:

- ускорение внедрения достижений научно-технического прогресса в практику хозяйствования и осуществление инновационной политики в отрасли и на предприятии, повышение технического уровня производства, улучшение породного состава животных, повышение качества молока на основе инноваций и др.;

- структурная перестройка экономики предприятия: рационализация его размеров и организационной структуры, оптимизация сочетания отраслей, совершенствование воспроизводственной структуры капитальных вложений (приоритеты: реконструкция и техническое перевооружение отрасли, обновление породного состава молочного стада и др.);

- размещение, специализация и диверсификация сельскохозяйственного производства с учетом не только природных и зональных условий, но и возможностей реализации достижений НТП;

- реализация преимуществ кооперации и интеграции в молочном скотоводстве региона;

- новации в организации производства и труда, системах оплаты труда и мотивации работников отрасли;

- новые механизмы и меры государственного регулирования развития отрасли и сельскохозяйственных товаропроизводителей в целом, совершенствование внутри хозяйственного расчета;

- активизация человеческого фактора, усиление социально-психологических мер стимулирования саморазвития работников на основе постоянного повышения их профессионального уровня, ответственности и творческой инициативы, соответствия условий труда и техники безопасности современным требованиям, формирования культуры производства, улучшения социально-психологического климата и экологической обстановки и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. АгроТехника и технологии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agro-technika.ru/partners/>
2. Государственная программа Республики Мордовия развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы.
3. Минаков И. А. Экономика сельского хозяйства: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 351 с.
4. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Мордовия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agro.e-mordovia.ru/>
5. Официальный сайт Специализированного центра учета в агропромышленном комплексе. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.specagro.ru>
6. Сафиуллин Н. А., Каримова Р. Р. Особенности управления инвестиционно-инновационной деятельностью в молочном скотоводстве // Вестник Казанского университета. – 2011. – Т. 20. – № 2. – С. 55–57.
7. Суровцев В., Никулина Ю. Оценка экономической эффективности инновационных технологий доения и содержания молочного стада // Молочное и мясное скотоводство. – 2013. – № 1. – С. 2–4.

ЖИЛИНА Н. В., КНЯЖЕВА О. В.
ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПОНЯТИЯ КАЧЕСТВА
И ОСНОВНОЙ ИДЕИ КОНЦЕПЦИИ TQM

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению качества как одного из фундаментальных понятий экономики производства. В этой связи освещается наиболее популярная концепция в области менеджмента – TQM (Total Quality Management), концепция всеобщего управления качеством.

Ключевые слова: качество, всеобщее управление качеством, контроль, повышение качества.

ZHILINA N.V., KNYAZHEVA O. V.
THEORETICAL BACKGROUND OF THE QUALITY CONCEPT
AND THE GENERAL IDEA OF TQM CONCEPT

Abstract. The article deals with quality as one of the fundamental concepts of the economics of production. In this connection the authors consider TQM (Total Quality Management), being the basic concept in the field of management.

Keywords: quality, TQM, control, quality improvement.

В современных условиях рынка очень остро стоит вопрос качества продукции и услуг предлагаемых потребителю. Следовательно, за последнее время в значительной степени возросло внимание к проблеме качества в целом. И хотя качество услуг и товаров всегда занимало внимание общественности, лишь в середине XX века менеджмент качества занял ведущую позицию среди рассматриваемых проблем рынка. В настоящее время он является главенствующим объектом научных исследований, так как качество, наравне с ценой товара, признано решающим фактором, который влияет на выбор потребителем товара или услуги.

Современные методы менеджмента качества опираются на методологию концепции TQM (Total Quality Management) – принципа всеобщего управления качеством. Концепция TQM является стратегическим подходом к менеджменту, который ставит своей целью производство товаров (услуги) наилучшего качества среди аналогичных товаров на рынке. Такой товар будет отвечать всем потребностям потребителей. Таким образом, TQM – это не просто подход к менеджменту, а особая философия ведения бизнеса, нацеливающая всех работников на улучшение качества изготавливаемой ими продукции, а также постоянное улучшение качества самой работы и ориентация на потребителя.

Научно доказано, что компании и организации, применяющие концепцию TQM, выходят на лидирующие позиции на рынке. Но существует и иное мнение. Некоторые исследователи ставят под сомнение данную концепцию, аргументируя это тем, что принцип TQM не нов, а является лишь результатом успешной реализации уже существующих концепций в менеджменте.

Так что же такое качество в общем? Какой товар мы называем качественным?

Термин «качество» не носит узкопрофильный характер. Он очень многозначен и находит свое применение, возможно, гораздо чаще, чем любой другой используемый в экономической науке термин. Часто мы принимаем слова «надежность», «прочность», «долговечность» как синонимы термина «качество», хотя они являются обязательными его составляющими. В связи с всевозрастающим интересом к вопросу качества в 1986 году Международной Организацией по стандартизации была создана терминология качества в условиях глобальной экономики. Таким образом, последним стандартизированным определением качества является следующее: «Качество – это способность совокупности собственных характеристик продукции, системы или процесса удовлетворить требования потребителей и других заинтересованных сторон» [1].

С определением понятия «качества» связана проблема, которая была отмечена американским физиком В. Шухартом, работавшим в компании «Bell Telephone Laboratories» в 1920-х гг. Данная проблема заключается в том, качество имеет два аспекта: объективный и субъективный. Объективный аспект предполагает те качественные характеристики товара, которыми он должен обладать в любом случае. Субъективный же аспект заключается в тех характеристиках товара, которые должны быть связаны с требованиями покупателей. С объективным аспектом все обстоит несколько проще, так как объективные характеристики продукта должны сохранять стабильность и способность к их измерению, то есть объективное качество возможно и необходимо подвергнуть стандартизации. Немного сложнее дело обстоит с оценкой субъективного качества продукции, так как гораздо сложнее стандартизировать и измерить постоянно меняющиеся требования потребителей. Хотя именно от субъективного аспекта, по мнению Шухарта, и зависит успех организации.

Не ограничиваясь лишь одним определением такого многогранного понятия как «качество», рассмотрим некоторые другие определения и теории, данные исследователями, которые являются ведущими специалистами в данной области.

Самым известным исследователем, «гуру менеджмента качества», является Эдвардс Деминг. В своей самой известной работе, которая носит название «Выход из

кризиса», Деминг не дает четкого определения качеству. Но он выдвигает и аргументирует основные положения качества, которые обязательно должны быть связаны с удовлетворением потребностей потребителя. Ими являются:

- качество должно быть определено, исходя из нужд потребителя, при этом важно не только им соответствовать, но и уметь их предсказывать;
- качество многомерно, ему фактически невозможно дать определение, основываясь на каком-то одном свойстве или предпочтении только лишь одного потребителя [2].

Не менее известным специалистом в области исследования качества является Дж. Джуран, который в своем подходе сделал попытку объединить два аспекта качества, ранее выявленные В. Шухартом. Он заключил, что:

- качество состоит из тех свойств товара, которые соответствуют требованиям потребителей, следовательно, они обеспечивают удовлетворенность данным товаром;
- качество заключается в свободе от дефектов [3].

Еще одним общепризнанным специалистом в области качества является Ф. Кросби. Он придерживался мнения, что качество определяется с точки зрения его объективного аспекта. «Качество – это соответствие требованиям» [4]. Под данными требованиями он понимал те критерии, которые установлены в спецификации. Но при использовании данного определения возникает вопрос: все ли товары и услуги обладают одинаковым качеством, если они удовлетворяют общим критериям?

Рассмотрим концепцию другого всемирно известного автора и специалиста в исследуемой нами области, А. Фейгенбаума. Его работа носит название концепции контроля комплексного качества и имеет ряд аспектов:

- качество – это общая совокупность потребительских, технических, технологических и эксплуатационных характеристик изделия или услуги, посредством которых изделие или услуга будет отвечать требованиям потребителя при их эксплуатации;
- качество динамично, потому что изменяются и требования, и ожидания потребителей.

Следующим выдающимся специалистом, который проводил свои исследования в области качества, является японский ученый К. Исикава. Он подходит к исследованию понятия «качество» с точки зрения его субъективного аспекта. Давая определение качеству, Исикава подробнее рассматривает такие аспекты, как:

– качество должно носить всеобъемлющий характер. Нельзя просто сказать о продукте, что он обладает «высоким качеством», необходимо конкретизировать и обратить внимание на качество каждого критерия деятельности предприятия.

– в связи с тем, что требования потребителей постоянно изменяются, определение понятия «качество» также постоянно меняется.

Следует подвести итог и постараться обобщить все изученные и перечисленные характеристики качества, а также выделить те, которые носят наиболее значимый характер для понимания современных взглядов на управление качеством:

– Качество определяется, исходя из желаний и требований потребителей. Данный аспект несколько усложняет измерение и стандартизацию качества, так как носит субъективный характер, но при этом является основой концепции управления комплексным качеством, а также является ядром «новой парадигмы качества».

– Качество многомерно. Из этого аспекта следует, что не существует качества абсолютного, у одного и того же товара имеется несколько степеней качества.

– Качество – комплексное понятие. Данный аспект показывает, как важно качество на всех этапах жизненного цикла товара и насколько необходимо внимание всех сотрудников к качеству выпускаемой продукции.

– Качество динамично. Это свойство является определяющим, она заключается в том, что качество практически невозможно стандартизировать, навязать какие-то рамки и что оно разное для каждого потребителя, для каждого продукта и для всего времени.

– Качество обладает индивидуальностью. Все потребители уникальны в своем выборе товара, они обращают внимание на различные его характеристики и приоритеты.

«Комплексный» характер качества, который заключается в непрерывной концентрации усилий всех сотрудников организации для улучшения качества, является определяющим, основным для понимания самой сути концепции TQM.

Эволюция взглядов на проблему качества происходит от понимания качества как узкого набора технических характеристик до современного осознания качества как целой комплексной теории, которая отражает потребности и требования потребителя и связана с развитием концепции управления комплексным качеством TQM в отдельное направление научных исследований.

В результате множества проведенных исследований, которые были посвящены вопросам концепции TQM, стало возможным выявить некоторые подходы к трактовке такого понятия, как «всеобщее управление качеством» и условно разделить все определения TQM на три группы. Первая группа ориентирована на «мягкие» аспекты

качества, например, на культуру превосходства, командную работу, заинтересованность персонала в качестве выпускаемой продукции. Типичным определением TQM с данной точки зрения является следующее: «Интегрированная концепция менеджмента для непрерывного улучшения качества продуктов и услуг через участие всех уровней и функций». Во второй группе определений внимание уделено в большей части «жестким» аспектам в управлении качеством, таким, как стандартизация, контроль, использование статистических методов для проверки качества товаров или услуг. Типичное определение в этом случае звучит следующим образом: «TQM – набор методик и процедур, используемых для снижения вариаций как внутри производственного процесса, так и в процессе оказания услуги с целью улучшения эффективности, качества и надежности». И, наконец, в третьей группе определений сочетаются аспекты и «мягкие», и «жесткие», и определение, типичное для данной группы, может выглядеть так: «TQM является объединяющим звеном между двумя исторически разделенными подходами в менеджменте: научным менеджментом и менеджментом человеческих отношений».

Несмотря на то, что не существует единое, общепринятое определение концепции TQM, можно сделать вывод о том, что на современном этапе данная концепция прочно вошла в жизнь и оформилась, как независимая дисциплина. Ей присущ уже устоявшийся набор фундаментальных принципов, например, вынесение решений, базирующихся на фактах, ответственность высшего руководства, неременная ориентация на улучшение качества продукции и услуг, заинтересованность всех сотрудников в их работе, а также концентрация на мнении потребителей.

Таким образом, можно сказать, что концепция TQM объединила в себе важнейшие аспекты: главные управленческие методы, основные подходы к организации улучшения качества, а также необходимые технические инструменты, применяемые в общей дисциплине, сфокусированной на постоянном и непрерывном улучшении качества работы и продукции, выпускаемой организацией.

Но следует отметить, что в настоящее время развитию концепции TQM характерно падение интереса к вопросу качества. Это объясняется тем, что концепция в ходе своего постоянного развития вышла на новый уровень, когда энтузиазм и заинтересованность в наивысшем качестве стали угасать. Но с положительной точки зрения имеет место тот факт, что концепция TQM укрепила за собой ряд фундаментальных принципов и аспектов, которые не останутся без внимания, а интерес к ним будет только повышаться. Таким образом, появятся новые направления развития научной мысли, которая поможет эффективно использовать идею TQM.

На международной арене, где преобладает жесткая конкуренция, качество является важнейшим аспектом, который определяет успех организации или даже страны. Необходимо переосмысление понятия «качество», переориентация акцентов на более широкий подход к данному понятию, который будет основываться на контроле качества в рамках функционального отдела и на осознании философии, которая заложена в концепции TQM. Эти вопросы являются своего рода вызовом, который стоит перед российскими исследователями и компаниями.

ЛИТЕРАТУРА

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – М., 2001.
2. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inwit.ru/download/business/Deming/exit.pdf>
3. Duran's Quality Control Handbook. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pqm-online.com/assets/files/lib/juran.pdf>
4. Crosby P. B. Quality is Free. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-07052011-165326/unrestricted/No_PV_D_2001.pdf

КОЛЕСНИК Н. Ф., ОСИПОВ П. С.

**УЧЕТ И АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «САРАНСКИЙ ЗАВОД ТОЧНЫХ ПРИБОРОВ»)**

Аннотация. В статье представлены учет и анализ финансовых результатов промышленного предприятия Республики Мордовия ОАО «Саранский завод точных приборов». Авторы рассматривают такие показатели как валовая прибыль, чистая прибыль, рентабельность продаж, а также дают оценку причинно-следственных связей их обусловивших.

Ключевые слова: анализ, доходы, предприятие, прибыль, расходы, рентабельность продаж, убыток, учет, финансовый результат.

KOLESNIK N. F., OSIPOV P. S.

**ACCOUNTING AND ASSAY OF FINANCIAL RESULTS
OF MORDOVIA REPUBLIC INDUSTRIAL COMPANY:**

A STUDY OF JSC "SARANSKY ZAVOD TOCHNYKH PRIBOROV"

Abstract. The article deals with the accounting and assay of the financial results of the industrial company JSC "Saransky zavod tochnykh priborov" located in Mordovia Republic. The authors consider such indicators as the gross profit, the net profit, the return on sales as well as present an analysis of their cause-and-effect relationships.

Key words: assay, revenue, company, profit, spending, return on sales, negative profit, accounting, financial result.

Исследования по учету и анализу финансовых результатов проводили такие ученые как Н. И. Мартычук, Л. И. Кравченко, Г. В. Савицкая, М. И. Баканов, А. Д. Шеремет, И. А. Бланк, Г. Б. Поляк, А. Б. Брызгалин, В. Р. Берник, П. С. Безруков, Г. А. Николаева и др. Между тем, данная проблема остается недостаточно изученной по отношению к промышленным предприятиям Республики Мордовия и представляет несомненную практическую значимость.

Финансовые результаты – основополагающий показатель, по которому можно судить о результате деятельности предприятия. Наилучшим финансовым результатом является прибыль. Она определяется на основе соизмерения доходов и расходов, т.е. возмещения произведенных расходов полученными доходами [3]. Прибыль в условиях рыночной экономики необходима для экономического и социального развития организации.

Получение прибыли является главной целью организации, поскольку различные стороны сбытовой, производственной и финансовой ее деятельности оцениваются на основе данных бухгалтерского учета. Важнейшей формой выражения эффективности и стабильности развития предприятия является прибыль, получаемая от производственной, инвестиционной и финансовой деятельности [2].

Управление прибылью – задача номер один руководства и специалистов любой коммерческой организации. Это возможно на основе правильного анализа поступающей информации о состоянии внутренней и внешней среды. Поэтому в коммерческой структуре должна быть организована эффективная система сбора, контроля и анализа информации; привлечены квалифицированные кадры, работающие с этой информацией; назначены высококлассные руководители, оперативно принимающие ответственные решения.

Важное место в информационной системе коммерческой организации занимает бухгалтерский учет, участие которого абсолютно необходимо в решении поставленной задачи. Данные бухгалтерского учета используются для проведения анализа и разработки рекомендаций, направленных на увеличение прибыли.

ОАО «Саранский завод точных приборов» осуществляет производство электронных компонентов. Информация о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности предприятия обобщается на счете 90 «Продажи». К счету 90 «Продажи» открыты субсчета: 90-1 «Выручка», 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость», 90-9 «Прибыль/убыток от продаж». При признании в бухгалтерском учете сумма выручки от продажи электронных компонентов отражается по кредиту счета 90 «Продажи» и дебету счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». Одновременно себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг и др. списывается с кредита счетов 20 в дебет счета 90 «Продажи».

Доходы и расходы, не связанные с обычной деятельностью организации, отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы». К счету 91 «Прочие доходы и расходы» открыты субсчета: 91-1 «Прочие доходы», 91-2 «Прочие расходы», 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов».

На субсчете 91-1 «Прочие доходы» учитываются поступления активов, признаваемые прочими доходами. На субсчете 91-2 «Прочие расходы» учитываются прочие расходы. Субсчет 91-9 «Сальдо прочих доходов и расходов» предназначен для сальдо прочих доходов и расходов за отчетный квартал. Для автоматизации ведения бухгалтерского учета в организации используется программа «БухСофт: Бухгалтерия». Программа позволяет автоматизировать **ведение не всех** разделов бухгалтерского учета.

Проанализируем финансовые результаты предприятия Республики Мордовия ОАО «Саранский завод точных приборов» (см. табл. 1).

Таблица 1

Состав, структура и динамика показателей прибыли ОАО «СЗТП»

за период 2011-2013 гг., тыс. руб.

Показатель	2011 год	2012 год	2013 год	Абс. изм. +/-		Темпы роста, %	
				2012 к 2011	2013 к 2012	2012 к 2011	2013 к 2012
Доходы, всего	46581	42860	38915	-3721	-3945	92	90,8
Удельный вес, %	100%	100%	100%	-	-	-	-
Валовая прибыль	2149	2443	3145	294	702	113,7	128,7
Удельный вес, %	4,61%	5,7%	8,08%	1,09	2,38	123,6	141,8
Прибыль от продаж	2149	2443	3145	294	702	113,7	128,7
Удельный вес, %	4,61%	5,7%	8,08%	1,09	2,38	123,6	141,8
Прочие доходы	886	18	79	-868	61	2,03	438,9
Удельный вес, %	1,9%	0,04%	0,2%	-1,86	0,16	2,1	500
Прибыль до налогообложения	(1357)	(17)	156	1340	173	1,25	917,6
Удельный вес, %	2,91%	0,04%	0,4%	-2,87	0,36	1,37	1000
Чистая прибыль	(1357)	(17)	156	2340	173	1,25	917,6
Удельный вес, %	2,91%	0,04%	0,4%	-2,87	0,36	1,37	1000

Проанализировав данные, которые представлены в таблице 1, можно сделать вывод о том, что все показатели ОАО «СЗТП» в 2013 году относительно 2012 года имели положительную динамику. Совокупные доходы в абсолютном выражении сократились на 3945 тыс. руб. или на 9,2%; но валовая прибыль в 2013 году увеличилась на 702 тыс. руб. или на 28,7%; прочие доходы также увеличились в 2013 году по сравнению с 2012 годом на 61 тыс. руб. или на 338,9%.

Далее рассмотрим показатели формирования прибыли (см. табл. 2).

Таблица 2

Факторы формирования показателей прибыли ОАО «СЗТП» за 2011-2013 гг., тыс. руб.

Показатель	2011 год	2012 год	2013 год	Абс. изм. +/-		Удельный вес показателя в выручке от продаж, %		
				2012 к 2011	2013 к 2012	2011 год	2012 год	2013 год
Выручка от продаж	45695	42842	38836	-2853	-4006	100	100	100

Себестоимость продаж	43546	40399	35691	-3147	-4708	95,3	94,3	91,9
Валовая прибыль	2149	2443	3145	294	702	4,7	5,7	8,09
Прибыль от продаж	2149	2443	3145	294	702	4,7	5,7	8,09
Проценты к получению	-	-	-	-	-	-	-	-
Проценты к уплате	2512	1136	642	-1376	-494	5,5	2,65	1,65
Прочие доходы	886	18	79	-868	61	1,94	0,04	0,2
Прочие расходы	1880	1342	2426	-538	1084	4,1	3,13	6,25
Прибыль до налогообложения	(1357)	(17)	156	+1340	173	2,97	0,03	0,4
Налог на прибыль	-	-	-	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	(1357)	(17)	156	+1340	173	2,97	0,03	0,4

Проведенный анализ [1], представленный в таблице 2, позволяет сделать вывод, что увеличение показателей прибыли ОАО «СЗТП» в 2013 году объясняется снижением себестоимости продукции, снижением процентов к уплате, ростом прочих доходов.

Также следует рассмотреть показатели рентабельности деятельности ОАО «СЗТП» (см. табл. 3).

Таблица 3

Показатели рентабельности деятельности ОАО «СЗТП», %

Показатель	2013 год	2012 год	2011 год
Рентабельность продаж (Rп)	8,09	5,7	4,7
Рентабельность производственной деятельности (окуп аемость затрат) (Rз)	8,81	6,04	4,93
Рентабельность всего капитала предприятия (Rк)	2,47	- 0,025	-1,6
Рентабельность внеоборотных активов (Rf)	0,49	- 0,05	-3,85
Рентабельность собственного капитала (Rск)	0,5	- 0,06	-4,4

Для анализа рентабельности используют следующую факторную модель, рассчитываемую по формуле (1):

$$R=P/N \text{ или } R=(N-S)/S*100, \quad (1)$$

где P – прибыль;

N – выручка;

S – себестоимость.

Факторный анализ рентабельности:

а) 2013 год

$$\Delta R_n(2013)=(38836-40399)/35691-(42842-40399)/42842=-0,1008$$

$$\Delta R_s(2013)=(38836-35691)/38836-(38836-40399)/38836=0,1212$$

$$\Delta R = -0,1008+0,1212=0,0204$$

б) 2012 год

$$\Delta R_n(2012)=(42842-43546)/42842-(45695-43546)/45695=-0,0635$$

$$\Delta R_s(2012)=(42842-40399)/42842-(42842-43546)/42842=0,0735$$

$$\Delta R = -0,0635+0,0735=0,01$$

в) 2011 год

$$\Delta R_n(2011)=(45695-66503)/45695-(63956-66503)/63956=-0,4155$$

$$\Delta R_s(2011)=(45965-43546)/45695-(45695-66503)/45695=0,5023$$

$$\Delta R = -0,4155+0,5023=0,0868$$

По факторному анализу имеем следующее: за все анализируемые годы положительное воздействие на рентабельность оказала себестоимость продукции, а отрицательное – выручка. В 2011 году наибольший общий прирост рентабельности +0,0868 ($\Delta R = -0,4155+0,5023=0,0868$), а наименьший в 2012 году +0,01 ($\Delta R = -0,0635+0,0735=0,01$). В 2013 году общий прирост рентабельности составил +0,0204 ($\Delta R = -0,1008+0,1212=0,0204$).

Несмотря на некоторое улучшение, показатели рентабельности имеют достаточно низкое значение. Рентабельность продаж в 2013 г. составила 8,09%. Это означает, что с 1 рубля выручки предприятие получает порядка 8 копеек прибыли. В Республике Мордовия сложилась жесткая конкуренция на электронные компоненты, вследствие чего рентабельность у ОАО «СЗТП» низкая. В таких условиях предприятие не может устанавливать цены выше среднерыночных. Следовательно, основными способами увеличения рентабельности являются: расширение географии продаж, увеличение

ассортимента за счет более рентабельных видов изделий, снижение себестоимости выпускаемой продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверина О. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: лаборатор. практикум / В. В. Давыдова, О. И. Аверина, Н. И. Лушенкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – 120 с.
2. Богаченко В. М. Бухгалтерский учет: учебник / В. М. Богаченко, Н. А. Кириллова. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 510 с.
3. Крылов Э. И. Анализ финансовых результатов предприятия: учеб. пособие / Э. И. Крылов, В. М. Власова. – СПб.: ГУАП, 2006. – 256 с.