БЕНЕФИЦИАР

журнал об экономических науках

Публикации для студентов, молодых ученых и научно-преподавательского состава на www.beneficiar-idp.ru

ISSN 2500-3798 Издательский дом "Плутон" idpluton.ru

Выпуск №2

КЕМЕРОВО 2016

19 ноября 2016 г.
ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431
ISSN 2500-1140
УДК 378.001
Кемерово

Журнал выпускается ежемесячно, публикует статьи по экономическим наукам. Подробнее на www.beneficiar-idp.ru

За точность приведенных сведений и содержание данных, не подлежащих открытой публикации, несут ответственность авторы.

Редкол.:

П.И. Никитин (глав. редактор)

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

А.О. Сергеева (ответственный администратор)[и др.];

Журнал об экономических науках «Бенефициар», входящий в состав «Издательского дома «Плутон», был создан с целью популяризации юридических наук. Мы рады приветствовать студентов, аспирантов, преподавателей и научных сотрудников. Надеемся подарить Вам множество полезной информации, вдохновить на новые научные исследования.

Издательский дом «Плутон» www.idpluton.ru e-mail:admin@idpluton.

Содержание

1. ВЗАИМОСВЯЗЬ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В МЕХАНИЗМЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ..……....3
Синицына Т.Ю., Полинская М.В.

2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РОССИИ……..……8
Хамитова Ю.Ф.

3. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РОССИИ ПОСЛЕ ВСТУПЛЕНИЯ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ…….13
Уманжинова В.В.

4. ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МОТИВАЦИИ ТРУДА РАБОЧИХ…….……...16
Сальманова Г.Х., Сахаутдинова Е.Т., Хамитова Ю.Ф.

5. ОБЗОР ЭКО-ОТЕЛЕЙ РОССИИ…….…..…23
Суворова И.Н.

6. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В КИТАЕ.....……28
Ян Бяньцзин

7. ЭФФЕКТИВНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ…….....31
Балашова Е.С., Громова Е.А.

Синицына Татьяна Юрьевна
Sinitsyna Tatyana Yuryevna
Студентка факультета Налоги и налогообложение
Кубанский государственный аграрный университет, Краснодар
E-mail: tanya.sinitsyna.96@mail.ru

Полинская Марина Валерьевна
Polinskaya Marina Valeryevna
Профессор, кандидат экономических наук, доцент
Кубанский государственный аграрный университет, Краснодар

УДК 336.02

ВЗАИМОСВЯЗЬ НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ В МЕХАНИЗМЕ РЕАЛИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ

INTERRELATION OF TAX POTENTIAL AND TAX BURDEN IN THE MECHANISM OF REALIZATION OF TAX POLICY

Аннотация: В статье исследована взаимосвязь налогового потенциала и налоговой нагрузки в механизме реализации налоговой политики. Представлен анализ налоговых поступлений в бюджет Российской Федерации в процентах от ВВП. Рассмотрены наиболее значимые факторы, воздействующие на уровень налоговой нагрузки и, следовательно, на рост налогового потенциала. Определены основные направления повышения эффективности процесса взаимосвязи налоговой нагрузки и налогового потенциала отраслей экономики.

Abstract: The article is a study of the correlation between tax capacity and tax burden in the mechanism of implementation of tax policy. It contains analysis of the analysis of the GDP proportion of tax revenues in the budget of the Russian Federation, determining the most significant factors influencing the level of tax burden and hence the growth of tax capacity. The major ways of increasing the effective correlation between tax burden and tax capacity of industries within the national economy are defined.

Ключевые слова: налоговый потенциал, налоговая нагрузка, ВВП, предпринимательство.

Keywords: tax capacity, tax burden, GDP, entrepreneurship.

Проблемы повышения эффективности российской налоговой системы взаимосвязи и взаимообусловленности налогового потенциала территорий и уровня налоговой нагрузки на отрасли экономики приобретают особую актуальность в свете определения направлений налоговой политики РФ.

Проанализировав взаимосвязь налоговой нагрузки налогового потенциала, можно выявить оптимальный отраслевой уровень налоговых изъятий, обеспечивающий на практике относительное налоговое равновесие, не противоречащее как экономическим интересам предпринимательства, так и фискальным интересам государства.

Налоговый потенциал можно определить не только как налоговую возможность территорий, но и как совокупную и дифференцированную по отраслям возможность и способность хозяйствующих субъектов уплачивать в бюджет установленный налоговым законодательством объем налоговых изъятий.

Налоговую нагрузку можно обозначить как совокупное налоговое изъятие обязательных платежей с хозяйствующих субъектов экономики, в целях покрытия текущих расходов бюджета и реализации регулирующей функции налога.

Отраслевой налоговый потенциал можно обозначить как совокупность имеющихся в какой-либо отрасли средств и экономических возможностей для уплаты налогов и увеличения ими фискальных выплат.

Отраслевую налоговую нагрузку обозначим как реализуемое на законодательно-нормативной основе налоговое давление, охватывающее ресурсы всех отраслей экономики и субъектов всех форм собственности[1,134].

Налоговый потенциал, в конечном итоге, непосредственно реализуется в налоговой нагрузке и наоборот. Взаимосвязь и взаимозависимость этих двух экономических явлений очевидна. Именно поэтому крайне важно достичь баланса фискальных интересов государства и роста возможностей фискальных источников. Налоговая нагрузка, с точки зрения эффективности налоговых процессов в государстве и обществе, не должна складываться стихийно, а может и должна быть регулируема и органически встроена в государственную политику развития отраслей экономики. Расширение и укрепление налогового потенциала должно опираться на усиление регулирующей и стимулирующей функций налогов в привязке к составу и объему налоговых поступлений и уровня развития той или иной отрасли экономики. Налоговая нагрузка не должна подрывать предпринимательскую активность как существующую, так и потенциальную. Сформировать эффективную налоговую систему в будущем возможно лишь при экономически обоснованном распределении налоговой нагрузки в настоящем.

Взаимосвязь налоговой нагрузки и налогового потенциала проявляется через показатель удельного веса (доли) налоговых изъятий в структуре ВВП. Налоговые поступления в бюджет в 2015 году в ВВП составили во Франции – 45,3%, в Дании – 48%, в Бельгии – 45,3%, в Италии – 44,4%, в Швеции – 44,3%, в Норвегии – 42,2%, в Украине – 38,9%, в Германии – 37,6%, в Исландии – 37,2%, в Великобритании – 35,2%, в России – 28,7%.

Россия по налоговым поступлениям в бюджет в ВВП за 2015 год занимает последнее место. Это обусловлено сложной обстановкой в стране и наличием вопросов, по которым необходимо принимать серьезные политические решения. Для сравнения налоговая нагрузка во Франции составляет 45,3%, этот показатель выше средней нормы налогообложения в странах Европейского Союза.

В Германии налоговая нагрузка оставляет 37,6%, особенностью ее налоговой системы является применение налога с продаж, а не НДС. По 50% налога на корпорации поступает в федеральный бюджет и бюджет земель.

50% налога собранного местными органами на предпринимательство также отчисляется в бюджеты земель и федеральный бюджет. Вертикальное и горизонтальное выравнивание финансового состояния земель производится с помощью косвенного налога с продаж, его распределение между бюджетами трех уровней корректируется каждые 2-3 года. В среднем поступления от налогов в Германии распределяются между фондом ЕЭС (5%), Федеральным бюджетом (48%), бюджетами земель (34%) и местными бюджетами (13%).

Все без исключения налоги в Германии являются важными инструментами государственного регулирования. Налог с продаж составляет 28% всех налоговых поступлений, и с помощью снижения средней ставки налога с 14% до 7% на продовольственные товары и предметы культурного назначения обеспечивает большую доступность жизненно необходимых материальных и духовных благ. Государственное регулирование осуществляется с помощью прогрессивного подоходного налога, ставка которого изменяется от 19% до 53% в зависимости от величины дохода, состава семьи, возраста, состояния здоровья, наличия в собственности земельного участка.

Налоговая система Германии ориентируется на следующие цели:

-максимальное снижение налогового бремени;

-минимальные затраты на функционирование налоговых органов;

-обеспечение равных конкурентных возможностей;

-справедливое распределение доходов;

-исключение двойного налогообложения;

-недопустимость разглашения коммерческой тайны и сведений о частной жизни.

Налоговая система Австрии, Дании, Швеции придерживается те же целей и принципов, что и налоговая система Германии, хотя структура налогов в этих странах отличается. В Австрии, вместо налога с продаж, взимается НДС, но ставка НДС снижается в 2 раза на продовольственные товары и предметы культурного назначения. Прогрессивные налоги на прибыль корпораций и доходы физических лиц практически во всех развитых странах Европы являются основными инструментами государственного регулирования.

Принципы организации налоговой системы России включают следующие требования:

-обязательность выполнения правовых норм;

-справедливое налогообложение;

-экономическая целесообразность размера налогов;

-удобство применения норм налогообложения;

-недопущение дискриминации каких-либо категорий налогоплательщиков.

Сравнив российские принципы с принципами развитых стран, можно заметить преимущество последних по отношению к налогоплательщикам, больший учет их интересов.

Пропорциональный характер налогообложения в России менее эффективный, чем прогрессивный характер в развитых странах Европы. Хотелось бы отметить, что преимуществом российской налоговой системы является более низкий уровень налогового бремени.

Эффективное распределение налоговой нагрузки в отраслях экономики позволит решить проблему разрыва между формально вменяемой и реально собираемыми налоговыми платежами. Сравнивая соотношение установленных объемов сбора налогов с суммами их фактических поступлений в бюджет, а также объемы и структуру налоговой задолженности, налоговая политика может быть пересмотрена через налоговые ставки, льготы и другие элементы налогов, изменяя налоговую нагрузку на неблагополучные отрасли экономики. Таким образом, формирование равновесного налогового бремени является гарантией роста налогового потенциала[3,59].

Налогоплательщики (физические и юридические лица), как основные носители налоговой нагрузки, формируют налоговый потенциал, который отражает в первую очередь фискальные интересы государства. С какой бы стороны не рассматривался вопрос оптимизации налогового бремени, логически он всегда упирается в проблемы платежеспособности хозяйствующих субъектов, в проблему развития налогового потенциала.

Инструментами, обеспечивающими эффективность процесса взаимосвязи налоговой нагрузки и налогового потенциала являются налоговое регулирование, налоговое планирование и прогнозирование на макроуровне. Реальное функционирование этих элементов налогового менеджмента позволит определить оптимальные пределы налоговой нагрузки, некую «золотую середину», позволяющую обеспечить финансирование расходов государства не подавляя активность хозяйствующих структур, с обязательным моделированием возможных сценариев развития той или иной макроэкономической ситуации. Эффективное действие институтов прогнозирования и планирования, а также регулирования позволит обеспечить стабильность налоговой системы и, как следствие, гарантировать рост и дальнейшее устойчивое развитие налогового потенциала. Кроме того,

если уровень налогового бремени достаточно значителен, но предсказуем и стабилен, экономические агенты могут адаптироваться к нему, осуществляя свою хозяйственную деятельность исходя из сложившихся определенных налоговых предпосылок. Таким образом, налоговый потенциал отечественной экономики должен базироваться на принципе стабильности. При этом абсолютной стабильности налоговой нагрузки добиться невозможно по причине того, что на налоговый процесс в государстве и на уровень налоговой нагрузки существенным образом влияют множество факторов.

Остановимся на рассмотрении наиболее значимых факторов, воздействующих на состояние и уровень налоговой нагрузки и, следовательно, на рост налогового потенциала:

-экономические факторы - состояние экономики в целом (уровень ее развития, экономический рост), состояние и инновационный потенциал основных бюджетообразующих отраслей экономики, инвестиционный климат, объемы материальных, финансовых и трудовых ресурсов экономики, экономические кризисы и т.д.;

-политические факторы − политическая стабильность, действенность институтов власти, законодательная база, регулирующая налоговые правоотношения и т.д.

-социальные факторы - объем государственных социальных гарантий населению (пенсионные, медицинские, образовательные и т.д.), уровень и качество жизни населения, демографическая ситуация (рождаемость-смертность) и т.д.;

-природно-географические факторы − географическое расположение природных ресурсов (ресурсно-сырьевой потенциал регионов России), уровень загрязнения ОПС, аномальные природно-климатические явления и т.д.

Систематизация указанных факторов позволяет выявить и сформулировать направления эффективной налоговой политики. Современная налоговая политика государства должна быть активной и независимой: активной при осуществлении фискальной, регулирующей, стимулирующей, контрольной функций, и независимой, менее уязвимой при возникновении негативных явлений и ситуаций в экономике и политической сфере. Достижение этих двух параметров возможно при обеспечении оптимального баланса категорий: «налоговая нагрузка − налоговый потенциал».

Взаимозависимость налоговой нагрузки и налогового потенциала не должна рассматриваться лишь как механическое сопоставление заданных фискальных критериев и фактически достигнутых результатов. Указанная взаимосвязь должна определять стратегические целевые установки бюджетно-налоговой политики государства[2,121].

К основным направлениям повышения эффективности процесса взаимосвязи налоговой нагрузки и налогового потенциала отраслей экономики, а следовательно и к основным направлениям налоговой политики России следует отнести:

-определение эффективных пределов налоговой нагрузки, адекватной стратегическим целям экономической политики государства;

-переход от экспортно-сырьевой направленности к инновационному типу экономического роста и развития налогового потенциала;

-формирование прозрачной и объективной системы показателей как прогнозных оценок, так и фактических результатов распределения налоговой нагрузки по отраслям экономики, характеризующая процесс формирования и использования налогового потенциала государства;

-усиление стимулирующего воздействия налоговой нагрузки на развитие экономических процессов в отраслях экономики при стабильном выполнении фискальной функции;

-предоставление полномочий региональным органам власти в части корректировки элементов соответствующих налогов, исходя из расчетных величин налоговой нагрузки и налогового потенциала в увязке с программами развития региона.

Реализация указанных мер направлена на стимулирование развития регионов и активизацию органов власти субъектов федерации к формированию оптимальной структуры экономики и источников формирования доходов бюджетной системы.

Библиографический список:

1.Евстигнеев Е.Н. Налоги и налогообложение: учебник/ Евстигнеев Е.Н. -СПб.: Питер,2016-459с.

2.Скрипниченко, В.А. Налоги и налогообложение: учебник / В.А. Скрипниченко. - М.: Издательский дом «БИНФА», 2016-384с.

3.Черник Д.Г. Налоги: учебное пособие/ Черник Д.Г.- М.:\ Финансы и кредит,2016-395с.

Хамитова Юлия Файласовна
студент 4-го курса экономико-математического факультета, направления «Экономика».
Нефтекамский филиал Башкирского Государственного университета
Исламов Фларит Фатихович,
к.э.н., доцент, Нефтекамский филиал Башкирского Государственного университета.
E-mail: yukhamitova@mail.ru

УДК 336.71

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ РОССИИ

Аннотация

В данной статье рассматривается современное состояние и основные факторы, оказывающие влияние на сферу банковского кредитования в Российской Федерации. Проведен рейтинг четырех ведущих банков страны (Сбербанк России, ВТБ, Газпромбанк, Россельхозбанк) по размеру чистых активов и по величине кредитного портфеля на 1 сентября 2015-2016 гг.
Выявлены наиболее актуальные виды кредитов на современном этапе. В заключение раскрываются перспективы развития банковского кредитования в России.

Ключевые слова: банковское кредитование, проблемы кредитования, перспективы развития, виды кредитования

Keywords: bank lending, lending problems, prospects of development, types of lending

В настоящее время в российской экономике отмечается замедление в росте кредитного рынка. Такая ситуация на рынке банковских услуг объясняется несколькими причинами.

Первая из них – это замедление рынка кредитования, которое происходит из-за вовлечения в данный процесс почти всего платежеспособного населения нашей страны, а именно той части, которая обладает «белой» зарплатой.

Одни из таких граждан являются заемщиками, другие созаемщиками или поручителями по кредиту.

Вторая причина, которая существенно повлияла на ситуацию и перспективы развития банковского кредитования, это недобросовестное поведение некоторых кредиторов, которое сказывалось при подписании договора с заемщиком – они умалчивали о наличии скрытых выплат. В результате этого клиенты вынуждены выплачивать большие суммы по кредиту, чем те, которые они предполагали изначально. Такая политика некоторых кредитных учреждений вызвала значительное недоверие не только к отдельным банкам, но и в общем ко всей системе кредитования. Банки с целью увеличения объемов кредитования производятснижение требований при выдаче займов. В свое время банками было выдано значительноечисло необоснованных кредитов, которые в данный период не выплачиваются заемщиками.

Именно это приводит к реальной угрозе банковского кредитования.

Согласно данным Банка России совокупный объем чистых активов действующих российских банков за август 2016 г. сократились на 0,4% (с начала года – на 4,0%) и на 1 сентября 2016 г. составили 79,67 трлн. руб., согласно данным Банка России. Тем не менее, динамика активов за год (по отношению к 01.09.2015 г.) составила +2,6%. Четыре ведущих банка продемонстрировали более высокий темп годового прироста, увеличив данный показатель.

Таблица 1 – Рейтинг банков по размеру чистых активов на 1 сентября 2015-2016 гг., трлн. руб. [3]

Банки	Место в рейтинге	Сумма активов на 01.09.2015 г.	Сумма активов на 01.09.2016 г.	Изменение в %.
1. Сбербанк России	1	22,579	23,281	+3,11%
2. ВТБ	2	8,978	9,921	+10,50%
3.Газпромбанк	3	5,074	5,191	+2,29%
4.Россельхозбанк	4	2,420	2,790	+15,29%

Лидирующую позицию в этом рейтинге занимает Сбербанк России, у которого активы с каждым годом увеличиваются. Несмотря на то что, ВТБзанимает второе место, темпы роста его активов намного больше, чем у Сбербанка России. Результаты остальных банков выглядят скромнее.Третью и четвертую позиции этого рейтинга занимают Газпромбанк и Россельхозбанк.

На 1 сентября 2016 г. совокупный объем кредитного портфеля составлял 9,16 трлн. руб. Динамика совокупного кредитного портфеля российских банков продолжает оставаться отрицательной. За 8 месяцев 2016 г. этот показатель сократился на 1,5% (до 49,4 трлн. руб.) По итогам первого и второго квартала текущего года тоже наблюдалась отрицательная динамика кредитного портфеля российских банков (за I квартал 2016 г. − 2,1%, за II квартал − 0,9%). При этом за 12 месяцев совокупный кредитный портфель вырос на 1,7%

Основную долю занимают кредиты, выданные организациям − на начало 2015 г. она составила 60% или 29536 млрд. руб. На физические лица приходится 23%, а на кредитные организации 17% на тот же период. За 2013-2016 гг., можно отметить, что доля кредитов, размещенных в организациях к 2016 г., постепенно снижается (с 63% до 60%), продолжая оставаться основной.

Происходит это главным образом за счет увеличения кредитов, выданных населению, что говорит о наметившейся положительной тенденции.

Рост объемов напрямую связан с появлением новых продуктов и дополнением существующих. Так одной из тенденций развития потребительского кредитования является привлечение клиентов посредством выпуска кредитных карт. Еще одной новой тенденцией стал переход на индивидуальное банковское обслуживание крупных частных клиентов и их семей.

Однако данный факт нельзя называть полностью положительным, т.к. наряду с ростом объемов кредитования растет просроченная задолженность, что может привести к дефолту банковской системы.

Таблица 2 – Рейтинг банков по величине кредитного портфеля на 1 сентября 2015-2016 гг., трлн. руб. [3]

Банки	на 01.09.2015 г.	на 01.09.2016 г.	Изменение в %.
1.Сбербанк России	15,026	15,269	+1,62%
2.ВТБ	3,763	4,980	+32,35%
3.Газпромбанк	3,294	3,440	+4,44%
4.Россельхозбанк	1,582	1,734	+9,62%

Анализируя данные таблицы 2, можно сказать, что Сбербанк России занимает 1 место, в несколько раз опережая по показателям другие крупные банки. Несмотря на это, темпы роста кредитного портфеля Сбербанка России значительно уступают темпам роста ВТБ.

Это объясняется тем, что за 6 месяцев банк ВТБ выдал 87 тыс. кредитов наличными на сумму 42 млрд. руб. и 70 тыс. кредитных карт. Почти 8 тыс. человек с начала года

воспользовались программой по рефинансированию кредитов. Порядка 8,7 тыс. клиентов ВТБ получили ипотечные кредиты, общий объем которых, составил 18 млрд. руб.

При этом около 50% объема ипотечных займов было реализовано с использованием программы государственной поддержки ипотечного кредитования.

Опережая Сбербанк России, наибольший процентный рост показал Россельхозбанк – 9,62%, на четвертом месте Газпромбанк.

Таблица 3− Доля кредитного портфеля в объеме чистых активов, трлн. руб.

Банки	на 01.09.2015 г.			на 01.09.2016 г.			
	Чистые активы	Кредитный портфель	Доля выданных кредитов в объеме чистых активов	Чистые активы	Кредитный портфель	Доля выданных кредитов в объеме чистых активов	Изменение доли выданных кредитов в объеме чистых активов 2016/2015 гг.
1.Сбербанк России	22,579	15,026	66,5	23,281	15,269	66,4	23,281

Продолжение таблицы 3

2.ВТБ	8,978	3,763	41,9	9,921	4,980	50,1	9,921
3.Газпромбанк	5,074	3,294	64,9	5,191	3,440	66,2	5,191
4.Россельхозбанк	2,420	1,582	65,3	2,790	1,734	62,1	2,790

Наибольшую долю кредитного портфеля в объеме чистых активов за два отчетных года имеет Сбербанк России – 66,4% в 2016 г. и 66,5% в 2015 г.Изменения произошли в сторону понижения. У остальных же банков изменения доли кредитного портфеля в объеме чистых активов увеличились, кроме Россельхозбанка. Первое место у ВТБ, рост доли составил 1,9%, у Газпромбанка – 0,2%. Но, несмотря на такие показатели, Сбербанк не теряет своих позиций и остается ведущим банком России.

В настоящее время востребованы следующие виды кредитов: ипотечный кредит, потребительский кредит, автокредитование и кредитная карта.

Ипотечный кредитэто кредит на приобретение объекта недвижимости. Обычно среди всех видов кредитов самые низкие проценты именно по ипотечным кредитам однако, учитывая большие сумму данных кредитов и сроки их погашения, то сумма переплаты оказывается достаточно большой.

Рынок ипотеки демонстрирует явное оживление. За январь-август 2016 г. в России выдано 530 тыс. ипотечных кредитов на сумму 900 млрд. руб., по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. прирост составил 38% [2, с. 181].

Автокредитование – кредит на покупку автомобиля.В связи с экономическим кризисом, наблюдающимся в России, рынок автомобильного кредитования демонстрирует отрицательную динамику. Российские финансовые институты значительно увеличили ставки по кредитам на покупку автомобиля. В общей сложности по итогам предыдущего года российский рынок автомобильного кредитования упал на 10,3%, тогда как за первые два месяца 2016 г. темпы снижения были ускорены до 32,1%

Потребительский кредит – это кредит выдаваемый физическим лицам на неотложные

нужды. Несмотря на экономический кризис 2014-2015 гг., потребительский кредит остается одним из самых востребованных у населения, так как имеет большое практическое значение: из-за недостатка собственных денежных средств физические лица вынуждены прибегать к потребительским кредитам, чтобы удовлетворить свои потребности. Рост потребительского кредитования ускоряет развитие потребительского рынка что, в конечном счете, способствует развитию экономики страны в целом и улучшению уровня жизни российских граждан. В январе 2016 г. средние ставки по потребительским кредитам, выдаваемым крупнейшими банками страны (Сбербанк России, Россельхозбанк, ВТБ и т.д.), составляют 23,24%. На конец декабря 2015 г. аналогичный показатель находился на уровне 20,0%. Рынок кредитования во многом зависит от экономического положения в стране, от процентной ставки Центрального банка, инфляции, ожиданий потребителей и деловых кругов и некоторых других факторов.

В России 2015 г. стал годом продолжения кризиса в экономике на фоне снижения цен на нефть и санкций, введенных странами Запада за роль страны в конфликте на востоке Украины. Это обусловило тенденции развития рынка кредитования. В декабре 2014 г. Банк России для противодействия резкому ослаблению курса рубля по отношению к ведущим мировым валютам был вынужден значительно повысить ставку по кредитам с 10,5% до 17,0%. Это практически сразу сказалось на ставках по потребительским кредитам. Ко второй половине 2015 г. ставка ЦБ РФ снизилась до 11%, однако даже такая ставка не позволила вернуть рынок кредитования в нормальное русло.

Дальнейшее ухудшение экономической ситуации в стране обусловило следующие тенденции на рынке кредитования:

1. Снижение объемов кредитования, которое было вызвано как ростом процентных ставок по кредитам, так и отсутствием уверенности в скорой стабилизации ситуации, снижением реальных зарплат и прибылей предприятий, которые являются основным источником погашения кредитов. В 2015 г. общее количество выданных россиянам новых кредитов сократилось на 29%, а объем – на 46%.

2. В целом консервативная политика банков и других кредитных и финансовых организаций и больший акцент на выдачу обеспеченных кредитов, в том числе таких как кредит под залог квартиры или какого-нибудь другого объекта недвижимости (дома, комнаты и т.д.).

3. Субсидирование процентных ставок по кредитам со стороны государства. В частности, правительством оперативно было принято решение о субсидировании ставок по автокредитам на новые автомобили, что позволило хотя бы частично компенсировать падение объема продаж автомобилей и поддержать производителей. Правда, несмотря на принятые меры, снижение количества выданных автокредитов в 2015 г. составило 57%, а объем кредитования сократился на 54%.

4. Существенное увеличение доли просроченных кредитов. Согласно исследованиям, доля просроченных кредитов в портфелях банков резко возросла уже к концу 2014 г., а в 2015 г. такой показатель по некоторым видам кредитов достиг почти 20% по сравнению с менее 10% в благополучный период [1, с. 255].

Таким образом,развитие рынка кредитования в России будет зависеть от общих тенденций в экономике страны, конъюнктуры внешних сырьевых рынков, а также способности и действий правительства по стимулированию рынка кредитования.

В настоящее время правительством РФ утверждена Стратегия развития ипотечного жилищного кредитования до 2020 г., согласно которой количество выданных ипотечных жилищных кредитов должно достичь 1 млн. 53 тыс. в год. Банки и другие кредитные и финансовые организации уделяют значительное влияние для привлечения большего числа клиентов в рамках потребительского кредитования или кредитования под залог недвижимости. Правительство пытается оживить рынок автомобилей и через него

автокредитование с помощью различных программ.

Однако пока процентная ставка ЦБ продолжает оставаться на высоком уровне сложно ожидать существенного прорыва. В свою очередь, денежно-кредитная политика ЦБ зависит от инфляции, курса рубля, а, следовательно, опять же от цен на нефть. Поэтому восстановление, по-видимому, будет во многом определяться сырьевым фактором и бурного роста вряд ли стоит ожидать в кратко и даже среднесрочной перспективе.

Библиографический список:

1. И. А. Ефремова – Проблемы банковского кредитования населения на современном этапе // Молодой ученый. – 2014. – № 18. – С. 251-260.

2. О. А. Степанова – Потребительское кредитование в России // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2. – С. 180-182.

3. Рейтинг банков [Электронный ресурс] // BANKI.RU. – Информационный портал: банки, вклады, кредиты, ипотека, рейтинг банков России. – Электрон.дан. – URL: http://www.banki.ru/banks/ratings/ (дата обращения 15.10.2016). – Загл. с экрана

Уманжинова Василина Владимировна
Ymanzhinova Vasilina Vladimirovna
Студентка 4 курса, ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет» г. Ставрополь. Институт экономики и управления. Кафедра экономики и внешнеэкономической деятельности. Специальность «Таможенное дело»
E-mail: umvasilina@yandex.ru

УДК 339.543

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РОССИИ ПОСЛЕ ВСТУПЛЕНИЯ ВО ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Development system customs and tariff regulation Russia after the accession to the World trade organization

Аннотация: *Статья посвящена вопросам развития системы таможенно-тарифного регулирования России после вступления в ВТО. Рассмотрена роль таможенно-тарифного регулирования внешней торговли в торгово-политическом механизме. Приведены результаты вступления России в ВТО и приведены ставки пошлин по некоторому ряду позиций.*

Abstract: *The article is devoted to the development of the system of customs and tariff regulation after Russia's WTO accession. The role of customs and tariff regulation of foreign trade in the trade and political mechanism. The results of Russia's accession to the WTO and provides duty rates on some number of positions.*

Ключевые слова: *таможенно-тарифное регулирование, внешнеторговая деятельность, ВТО, импорт, экспорт, пошлина, ставки пошлин.*

Keywords: *customs and tariff regulation, foreign trade activity, WTO, import, export, duty, duty rates.*

Современное положение внешнеэкономического сотрудничества характеризуется глобализацией и возрастанием роли трансграничных потоков товаров, услуг, капитала, технологий, информации, рабочей силы, пространственной и институциональной интеграцией рынков. В этих условиях мирохозяйственные связи являются ключевым фактором прогресса национальной экономики [5, с. 84].

В современных условиях таможенно-тарифное регулирование внешней торговли играет особую роль в торгово-политическом механизме, т.к. оно применяется для защиты национальной экономики, выполнения международных обязательств, поддержания стабильности международной торговой системы. Поэтому результативно действующий механизм таможенно-тарифного регулирования является неотъемлемым условием для проведения Россией активной и целостной таможенной политики, а также защите экономических интересов Российской Федерации [7].

На основе полученной информации анализируется критичность ситуации, прогнозируется дальнейшее ее развитие и определяются направленность и параметры реакции всей экономической системы, в том числе системы обеспечения внешнеэкономической безопасности государства [6, с. 403].

Согласно закону РФ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ таможенно-тарифное регулирование — это метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем применения ввозных и вывозных таможенных пошлин [3, ст.2, п.24].

Регулирование внешнеторговой деятельности осуществляется с помощью тарифных и нетарифных регуляторов. Применение данных регуляторов зависит от политики

государства. По правилам Всемирной торговой организации (далее - ВТО), большее значение имеют тарифные регуляторы. Страна-участница ВТО должна привести национальное законодательство в соответствие с данными требованиями.

До вступления России в ВТО можно было точно утверждать, что наша страна придерживалась политики протекционизма. Поэтому, отказ от вступления в ВТО был связан с тем, что большое количество ограничений и усиленный таможенный режим затрудняли осуществление торговли иностранными компаниями в рамках России. Наиболее выгодные условия установлены именно для национального производителя. В связи с этим долгое время РФ разрабатывался пакет соглашений, в котором четко прописывались изменения в данной области [4].

22 августа 2012 г. вступил в силу Протокол о присоединении РФ к Марракешскому соглашению об учреждении ВТО. В этот день Россия стала 156-м государством–участником данной международной организации. РФ была последней крупной мировой экономикой, не входящей в ВТО. В итоге политика государства претерпевает изменения. На современном этапе развития России, в связи с вступлением в ВТО, прежде всего, выиграет потребитель [8].

Отвечая на вопрос о первых результатах от вступления России в ВТО, президент РФ Путин В.В. пояснил, что они носят как позитивный, так и негативный характер. В качестве главной угрозы российской экономике президент упомянул неизбежное снижение уровня российской таможенной защиты от импорта [1, с.3].

В период 2013-2015 г.г. российские тарифные обязательства определяются перечнем уступок и обязательств по товарам, прилагаемым к протоколу о присоединении РФ к ВТО [6]. Так, при снижении ставок ввозных пошлин по ряду позиций осуществился переход от комбинированной к адвалорной или специфической ставке, а также снижение специфической составляющей комбинированной ставки. В большей части, это касается таких товаров, как живые свиньи, мясные субпродукты, молоко и сливки сухие и сгущенные, рис и изделия из него, дрожжи, некоторые шоколадные изделия, сахар-сырец и сахар прочий (кроме белого сахара), прокат из черных металлов, комбайны, грузовые и легковые автомобили.

Ставки снижены примерно для тысячи видов различных товаров – мяса, ковров, одежды, автомобилей. Средневзвешенная ставка ввозной таможенной пошлины снизилась с 9,6 до 7,5 – 7,8 %.

Так, например, в настоящее время, свинину в рамках установленной квоты в Россию можно ввозить совершенно беспошлинно, тогда как ранее пошлина составляла 15 %, но не менее 0,25 евро за 1 кг. Пошлина на поставку свинины вне квоты снижена с 75 до 65 %. Одновременно с этим пошлина на ввоз живых свиней снижена с 40 до 5 %. При этом поставки чистопородных племенных свиней облагаются нулевой пошлиной [3].

По молочным продуктам изменения не столь заметны. Так, например, минимальная пошлина на импортное сливочное масло сейчас составляет не 0,4 евро, а 0,22 евро за 1 кг, но «стандартная» оставлена на уровне 15 % [3].

Минимальная ввозная пошлина на пальто, плащи и куртки и аналогичные изделия уменьшена с 5 евро до 2,25 евро за 1 кг, на костюмы, брюки, платья – с 4 евро до 1,88 евро за 1 кг, на рубашки и женские блузки – с 3 евро до 1,75 евро за 1 кг, на детскую одежду – с 2 евро до 1,5 евро за 1 кг. «Стандартная» ставка на все виды одежды оставлена на уровне 10 % [3].

Серьезно снижены и пошлины на импорт некоторых видов легковых автомобилей и других транспортных средств. Согласно утвержденному Комиссией Единому таможенному тарифу ЕАЭС, пошлина на ввоз поддержанных автомобилей снижена с 35 до 25 %, на ввоз новых автомобилей – с 30 до 25 %, а на ввоз новых автомобилей с объемом двигателя от полутора до трех литров – с 30 до 20 %. Кроме того, снижены пошлины на некоторые виды тракторов и грузовиков, в среднем до 15 % [3].

Применение квотирования во внешней торговле в настоящее время также находится под регулированием ВТО. Тарифные квоты в настоящее время используют практически все развитые страны для защиты сельского хозяйства и развивающиеся страны для стимулирования производства импортозамещающих промышленных товаров.

Первое практическое последствие для России от вступления в ВТО - это фиксация верхнего уровня ставок ввозных таможенных пошлин, то есть снижение тарифной защиты отечественных товаропроизводителей и дополнительные возможности стран-импортеров поставлять свои товары на наш рынок. Сегодня средневзвешенная ставка импортной пошлины составляет около 10% от стоимости товаров [10].

Членство в ВТО является преимуществом для того, чтобы торговать со всеми странами-участницами в условиях режима наибольшего благоприятствования (далее - РНБ). Это означает, что страна берет обязательства предоставлять одинаковые права каждому торговому партнеру, имеющему РНБ. Исключение составляют только государства, которые входят в зону свободной торговли или имеют другие преференциальные режимы, а также развивающиеся и наименее развитые страны. Например, с Китаем у России есть РНБ, а с Гонконгом нет (несмотря на то, что Гонконг входит в состав Китая, он считается отдельной таможенной территорией и отдельным торговым партнером). Из-за этого парадокса у российского бизнеса возникали проблемы: если сделки заключаются через гонконгскую компанию, это дает основание таможне заподозрить, что товар произведен не в Китае, а в Гонконге, и, соответственно, ввозная пошлина должна быть увеличена вдвое. После вступления России в ВТО эта проблема решилась автоматически, поскольку Гонконг является членом ВТО и Россия обязана торговать с ним на условиях РНБ [9].

Таким образом, таможенно-тарифная политика России должна корректироваться в соответствии с изменяющимися внешними и внутренними условиями, становясь при этом более приспособленной к современной экономической ситуации. Развитие российской экономики возможно лишь при ориентации на жесткие требования мирового рынка, на завоевание в нем своих собственных ниш.

Библиографический список

1. Грудина О. В. Анализ развития системы таможенно-тарифного регулирования России после вступления в ВТО. 2013г.
2. Закон РФ от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»
3. Закон РФ от 21.05.1993 N 5003-1 (ред. от 24.11.2014) «О таможенном тарифе».
4. Илюхина С.С. Экономико-правовые аспекты внешнеторговой деятельности, 2015г.
5. Кравченко А.В., Быковская И.В. Экономическое развитие регионов: регионализация внешнеэкономической деятельности / Наука и бизнес: пути развития, 2013. № 3 (21). С.083-085
6. Кравченко А.В. Взаимосвязь структурных элементов в системе мониторинга внешнеэкономического комплекса региона // European Social Journal (Европейский журнал социальных наук). 2011. № 8. С. 403-408
7. Матвеева О.П. Таможенное регулирование как инструмент обеспечения экономической безопасности, 2015г.
8. Протокол от 16.12.2011 "О присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г."
9. Плотников А.В. Эффективность современной санкционной политики, 2014г.
10. Тихонович Э., Чигарева Т. Тарифная политика России в условиях ВТО: подготовка и реализация, 2013 г.

Сальманова Гульшат Ханифовна
студент 4-го курса экономико-математического факультета, направления «Экономика»
Нефтекамский филиал Башкирского Государственного университета

Salmanova Gulshat Hanifovna
4th year student
Economics and Mathematics Faculty, «Economics» Neftekamsk branch of Bashkir State University

Сахаутдинова Елена Тамаровна
студент 4-го курса экономико-математического факультета, направления «Экономика»
Нефтекамский филиал Башкирского Государственного университета.
E-mail: lena.mogilewskaya@yandex.ru

Sahautdinova Elena Tamarovna
4th year student
Economics and Mathematics Faculty, «Economics» Neftekamsk branch of Bashkir State University. E-mail: lena.mogilewskaya@yandex.ru

Хамитова Юлия Файласовна
студент 4-го курса экономико-математического факультета, направления «Экономика»
Нефтекамский филиал Башкирского Государственного университета.
E-mail: yukhamitova@mail.ru

Hamitova Yulia Failasovna
4th year student
Economics and Mathematics Faculty, «Economics» Neftekamsk branch of Bashkir State University. E-mail: yukhamitova@mail.ru

Научный руководитель
Курманова Л.Р. д.э.н., проф. Нефтекамского филиала БашГУ

Scientific Adviser
Kurmanova L.R. Doctor of Economic Sciences,
Professor, Neftekamsk branch of Bashkir State University

УДК 005.583.1

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МОТИВАЦИИ ТРУДА РАБОЧИХ

PROBLEMS AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF MOTIVATION OF WORKERS

Аннотация. Проблемы мотивации рабочих остаются в настоящее время очень актуальными, так как от правильно разработанных систем мотивации зависят результаты деятельности предприятий. В данной работе рассмотрены различные факторы мотивации, наибольшее внимание уделялось нематериальной мотивации; выявлены проблемы, с которыми менеджеры могут столкнуться при разработке и внедрении систем мотивации.

Annotation. Problems of motivation of workers are currently very relevant, because of the well-designed incentive schemes depend on the performance of enterprises. This paper discusses

the different motivators, the greatest attention was paid to non-financial motivation; identified challenges that managers may face in designing and implementing incentive schemes.

Ключевые слова: мотивация рабочего персонала, социальный пакет, дополнительные льготы, заработная плата.

Keywords: motivation of employers, the social package, fringe benefits, wage.

Важнейшим аспектом в эффективном использовании человеческого капитала является способность работодателей мотивировать людей на должное выполнение ими своих трудовых обязанностей. В настоящее время многие работодатели применяют различные подходы к мотивации, основу которых составляет не только заработная плата.

Успешность зависит от множества объективных и субъективных факторов, они выстраиваются по степени своего влияния и значимости в зависимости от целого ряда других факторов, таких как вид, область деятельности предприятия, конкурентное положение на рынке, степень зрелости компании, ее обеспеченность финансовыми, кадровыми и прочими видами ресурсов. Но мотивация работников является одним из ключевых факторов и движущей силой успешной деятельности организации [1, с. 251].

Дефицит низкоквалифицированных кадров и острая нехватка специалистов рабочих профессий – такова тенденция современного рынка труда. Причин и способов решения этой проблемы высказывается немало. Для поднятия престижа маловостребованных профессий необходимо проводить работу в двух направлениях. С одной стороны, увеличивать оплату труда, с другой – поднимать престиж рабочих профессий, проводить техническое перевооружение производства, оснащать работников современной, удобной и практичной спецодеждой, инструментами, облегчающими труд и увеличивающими производительность труда [4, с. 30].

Низкоквалифицированный персонал и рабочие (грузчики, разнорабочие, кладовщики, продавцы и пр.), обычно предпочитают, чтобы ими управляли, стараются не брать на себя ответственности и редко привязаны к одной компании. Такой персонал часто пьянствует на работе, может прогулять ее без уважительной причины, и мотивация рабочих и низкооплачиваемых сотрудников имеет свои особенности.

И все-таки без низкоквалифицированного персонала не обходится почти ни одно предприятие. Самые распространенные примеры мотивации рабочих, помимо оплаты, – обучение, признание важности их труда, общение. Понять, какие стимулы могут заставить таких работников хорошо трудиться, можно еще на стадии собеседования.

На практике используются все способы мотивации, но основным инструментом мотивации с точки зрения их эффективности в условиях реализации корпоративных проектов являются материальные стимулы. К ним относится, прежде всего, заработная плата. Заработная плата – самый эффективный, но, при этом, и самый дорогой способ трудовой мотивации персонала.

В таблице ниже представлена среднемесячная начисленная заработная плата по Приволжскому федеральному округу за 2011-2015 год. Исходя из этих данных, можно прийти к выводу, что в среднем заработная плата с каждым годом увеличивается примерно на 1,1% [5].

Таблица 1 – Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в целом по экономике по субъектам Российской Федерации за 2011-2015 гг., руб.

Годы	2011	2012	2013	2014	2015
Приволжский федеральный округ	15614	17544	20020	22481	24645

Республика Башкортостан	16378	18397	20265	22377	24711
Республика Марий Эл	12651	14001	16023	18360	20415
Республика Мордовия	11883	13305	15187	18101	20150
Республика Татарстан	17350	20009	23234	26035	28352
Удмуртская Республика	14291	15843	18241	21053	23681
Чувашская Республика	13004	14896	17187	19388	20862
Пермский край	17438	18773	21821	24716	27198
Кировская область	13293	14579	16932	19291	20926
Нижегородская область	16328	18492	20959	23573	25941
Оренбургская область	15200	17025	19271	21593	23519
Пензенская область	14424	16362	19126	20645	22411
Самарская область	16479	18600	20800	23470	25930
Саратовская область	14554	16205	18803	20668	22020
Ульяновская область	13339	15009	17107	19187	21081

Основной недостаток этого способа стимулирования, помимо его высокой стоимости, состоит в эффекте привыкания. Многочисленными экспериментами установлено, что повышение заработной платы, как правило, ведет к росту эффективности труда, но спустя некоторое время эффект прибавки пропадает и эффективность труда падает даже ниже той, в которой была сделана прибавка. Кроме того, в отличие от морального стимулирования, существует минимальный размер прибавки заработной платы, ниже которого прибавка оказывает подавляющее воздействие.

В настоящее время привлечь сотрудников одной только заработной платой и возможностью карьерного роста довольно сложно. С развитием социальных отношений в обществе меняются и потребности работников. В современной экономике помимо материального фактора большое значение имеют моральные стимулы и социальные льготы. Немаловажным фактором для сотрудников является наличие у организации так называемого социального пакета. Социальный пакет – это социальные льготы, которые предоставляются компанией всем ее сотрудникам. Такая практика в российских организациях начала складываться относительно недавно. И до сих пор большинство работодателей предпочитают дополнительно не тратиться на персонал, считая социальный пакет необязательным элементом. Но те фирмы, которые умеют считать свои деньги, все-таки стараются привлекать кадры дополнительными гарантиями.

Основанием для предоставления социальных гарантий являются требования Трудового кодекса РФ, а введение в компании социального пакета, т. е. набора льгот для персонала, – это добровольное решение каждого работодателя. В этом коренное отличие. В системе общего вознаграждения социальный пакет представляет собой инструмент непрямого материального вознаграждения. Социальный пакет работника на сегодняшний день включает в себя не только гарантии комфортной и эффективной трудовой деятельности, но и полноценный санаторно-курортный отдых [6].

Наличие социального пакета частично предусмотрено законодательством и организация должна его иметь.

Полный соцпакет в 2015 г. составляет 839,65 руб. и включает в себя несколько

пунктов гарантированного обеспечения:

1) медикаменты – 646,71 руб.;

2) санаторное лечение – 100,05 руб.;

3) проезд на транспорте – 92,89 руб.

Некоторые руководители пошли дальше и предоставляют льготы не только своим работникам, но и членам их семей, например, выделяют деньги на путёвки в летний лагерь или санаторий [7].

В зависимости от финансовых возможностей и ее стратегии в области управления персоналом, организация может вводить на свое усмотрение дополнительные льготы.

Часть из этих льгот является бонусом для персонала, а часть, такие, как оплата курсов повышения квалификации, является выгодной и для самого работодателя. Но, несмотря на то, что основная часть социального пакета, как правило, является прямой выгодой для работников, его нельзя отнести к благотворительности. Это эффективный и действенный инструмент управления, позволяющий повысить мотивацию труда и добиться максимальной отдачи от сотрудников предприятия или организации, стимулируя их на повышение производительности. При выборе рабочего места для многих именно социальный пакет становится тем фактором, который является несомненным преимуществом.

Наиболее значимые дополнительные льготы представлены на рисунке 1.

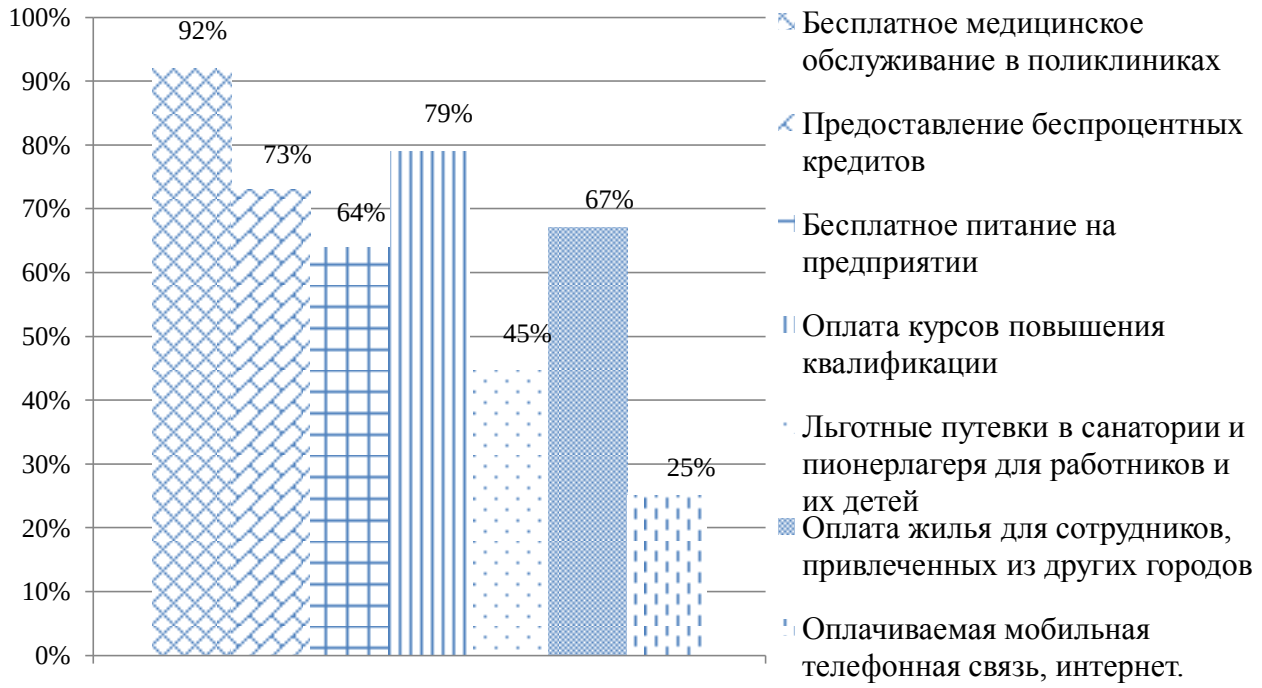

Рисунок 1 – Дополнительные льготы, предоставляемые организациями рабочим, %.

Таким образом, исходя из диаграммы, можно сказать, что 92% российских организаций готовы в качестве дополнительных льгот предоставлять бесплатное медицинское обслуживание в поликлиниках, 73% – получение беспроцентных кредитов, 64% – бесплатное питание на предприятии, 79% – оплату курсов повышения квалификации, 45% – льготные путевки в санатории и пионерлагеря для работников и их детей, 67% – оплату жилья для сотрудников, привлеченных из других городов и 25% организаций готовы предоставлять работникам оплачиваемую мобильную телефонную связь и интернет.

Рассмотрим другие способы мотивации низкооплачиваемого персонала.

1. Коллективная форма премирования. В этом случае все рабочие видят свой вклад в общий результат бригады. И если бригада справилась с задачей, то все рабочие получают

ценные подарки, грамоты, премии. Например, работодатель может выплатить премию, если:

- бригада механизаторов закончила ремонт техники раньше установленного срока;
- складские работники отгрузили быстро и без потерь товар, быстро и без недостач провели инвентаризацию склада;
- строители сдали объект в срок и без брака;
- работники фермерского хозяйства собрали урожай в срок без потерь.

2. Дополнительная работа. Низкооплачиваемые работники готовы за небольшую плату выполнять дополнительную работу. На этом держится бизнес многих компаний. Например, одной транспортно-экспедиторской фирме нужно было срочно доставить скоропортящийся груз. За выполнение задания качественно (нужно было круглосуточно поддерживать температурный режим) и в срок руководитель пообещал рабочим, помимо оклада, премию. Механики установки, сопровождавшие груз, круглосуточно дежурили у датчиков, решали вопросы, связанные с поломками, оформляли сами в пути документы, чтобы сократить время простоя. Груз прибыл в назначенный пункт в срок и в хорошем состоянии. Работникам выплатили премию. После расчета они были готовы, несмотря на трудности, снова в любое время отправиться в поездку.

3. Социальные блага. Они подчеркивают отношение предприятия к труду рабочих, поэтому очень ценятся низкооплачиваемым персоналом. Социальные блага должны быть одинаковыми для всех членов трудового коллектива. Это могут быть материальная помощь к отпуску, выдача фирменной одежды и обуви, оплата оздоровительных услуг для сотрудников, премии ко дню рождения, юбилею и праздникам из фонда материального поощрения, выдача части премии продукцией компании. «Маленькие подарки поддерживают дружбу» – гласит французская пословица. Пример из деятельности одного аграрного предприятия. Сезонный труд механизаторов (уборка урожая) – это сдельная работа. Необходимо было как можно быстрее убрать урожай, пока не пошли дожди. Механизаторы работали без простоя, сами в ходе уборки ремонтировали комбайны. Работа была выполнена в срок. Механизаторам выплатили зарплату, кроме того, им выдали премию продуктами (картошкой, свеклой, луком). Все были довольны. Председатель – тем, что уборка прошла без потерь и в срок, механизаторы – получением, помимо оплаты, овощей к зиме для семьи и для прокорма скотины в домашнем хозяйстве. А передовые бригады получили похвальные листы за добросовестный труд.

4. Участие в жизни коллектива наравне с менеджерами и специалистами. Часто мотивация низкооплачиваемых работников заканчивается на уровне подразделений или отделов, в которых они трудятся. Этого недостаточно. К корпоративной культуре компании надо приобщать всех сотрудников. Например, складские работники (грузчики, фасовщики, упаковщики), как правило, трудятся отдельно от центрального офиса. Они редко там появляются, но их работа также очень важна для достижения результата. Поэтому они должны ощущать себя членами команды. В этом поможет единая рабочая форма одежды, награждение по результатам труда, участие рабочих в мероприятиях наравне с руководством, менеджерами, специалистами (это подчеркнет ценность рабочих). К примеру, при проведении корпоративных мероприятий, награждение похвальными листами за хорошую работу, ценными подарками за выслугу лет, за преданность компании лично директором организации дает почувствовать сотрудникам важность своей работы [2].

Почему мотивация может не приносить результата?

1. Несправедливость бригадира. Именно он контролирует вопросы мотивации, оплаты труда, дисциплины, разбирает конфликтные ситуации. Если сотрудники получают премии за срочную сдачу объектов (например, в строительстве), то бригадир сам определяет, кому платить больше, кому меньше, кто нарушал дисциплину. Но в таких ситуациях решение должно быть без обмана. Например, в строительную компанию на работу пришел новый начальник отдела кадров. На собеседовании ему говорили, что предыдущий начальник не мог справиться с подбором сезонных рабочих из других регионов

России. И общежитие им предоставляли, и спецодежду выдавали, и кормили бесплатно обедом, но проходило две недели или месяц и люди увольнялись. Новый начальник сам поехал по объектам, поговорил с рабочими. Он выяснил, что некоторые бригадиры недоплачивали рабочим и угрожали им увольнением, если те сообщат о недоплате прорабу. Большую часть премий, которые выписывались рабочим за срочную сдачу объекта, они должны были отдавать бригадиру. Такая несправедливость не нравилась рабочим и они увольнялись.

Задача руководителя коллектива, бригадира, прораба – постоянно изучать мнение коллектива, при планировании учитывать личностные особенности сотрудников, поддерживать комфортный психологический климат. Любой хороший руководитель всегда должен знать, чем живет его подчиненный, интересоваться, как у того дела.

2. Несправедливое отношение к работникам. В одной производственной компании персонал набирали, но не оформляли в соответствии с законом, а как только истекал испытательный срок, увольняли, часто не выплачивая зарплату. Объясняли все низкой квалификацией и некачественным выполнением работ. В компании была огромная текучка кадров, и многие были обижены. В результате были совершены поджог и погром, виновных так и не нашли – ведь работа с персоналом не велась должным образом. Если бы кадровая служба и руководство компании вовремя озаботились ситуацией и пересмотрели такие несправедливые условия труда, этих последствий можно было бы избежать. В отношении мотивации низкооплачиваемого персонала, наиболее социально незащищенного и нестабильного, как никогда справедлива истина: относись к людям так, как ты хотел бы, чтобы относились к тебе [2].

3. Отсутствие индивидуального подхода. В одной холдинговой компании была разработана система мотивации по разным критериям (трудовая дисциплина, бесконфликтность, применение знаний, компетентность, инициативность). Система действовала для всех сотрудников: топ-менеджеров, менеджеров среднего звена, технических специалистов, механиков, слесарей, работников склада, грузчиков. Каждый руководитель ежемесячно оценивал подчиненных и передавал оценочный лист на расчет премий. Система не дала никаких результатов. Первая ошибка – длительный срок: работники знали, в какой момент нужно поднапрячься, чтобы получить премию. Вторая ошибка: система мотивации изначально не учитывала ни разные потребности людей, ни возрастную категорию. Для одной группы работников важна была карьера, для другой – обучение, для третьей – признание, четвертой требовалась стабильность, а пятой – социальная защищенность [3, с. 61].

Таким образом, повышение мотивации труда сотрудников в настоящее время является одной из самых сложных задач менеджмента компании. В этом значении компания постоянно должна вырабатывать новые модели мотивации сотрудников. Учитывая тот факт, что для каждой коммерческой организации главной целью является достижение максимальной рентабельности и прибыли, считаем, что в рамках осуществления кадровой политики, кроме материальной мотивации персонала, организация также должна стремиться к внедрению нематериальных моделей мотивации. Подобные модели позволят повысить уровень вовлеченности сотрудников на работе, удовлетворить нематериальные потребности сотрудников, что в свою очередь будет способствовать эффективному осуществлению деятельности и получению максимальной прибыли.

Библиографический список:

1. Кибанов, А.Я., Дуракова, И.Б. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов, А.Я. Дуракова – М.: Инфра-М, 2009. – 301 с.

2. Курманова Л.Р. Проблемы и перспективы экономического развития Республики Башкортостан: монография /Под ред. Ахунова Р.Р., Янгирова А.В., Валинуровой Л.С., Курмановой Л.Р. и др. – Уфа, БашГУ, 2014.

3. Курманова Л.Р. Современные проблемы инновационного развития // Инновационное развитие экономики. 2014. №1(18). – С.60-63.

4. Скитяева, И. Социальный пакет: статья расходов или инструмент управления / И. Скитяева // Управление компанией. – 2010. – №5. – С. 29-31.

5. Дефицит рабочих талантов [Электронный ресурс] // REAL-BUSINESS.RU– Реальный бизнес. Стратегия и тактика успеха – 2008. – №3. – Электрон.дан. – URL: http://www.real-business.ru/magazines/3-2008/deficit-rabochih-talantov (дата обращения 19.10.2016). – Загл. с экрана.

6. Рынок труда, занятость и заработная плата [Электронный ресурс] // GKS.RU – Федеральная служба государственной статистики – Электрон.дан. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/ (дата обращения 19.10.2016). – Загл. с экрана.

7. Социальный пакет в 2015 году. Размер, что входит и как отказаться от социального пакета [Электронный ресурс] // SUBSIDII.NET – Субсидии. – Электрон.дан. – URL: http://subsidii.net/пенсии/социальные-пенсии/item/238 (дата обращения 19.10.2016). – Загл. с экрана.

Суворова Ирина Николаевна
(к.э.н., доцент кафедры «Гостиничное дело» МГИИТ им. Сенкевича).
E-mail: insuvorova@inbox.ru

Suvorova Irina
(Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor, Chair of hospitality,
Moscow State Institute of Tourism Industry n.a. Senkevich)
E-mail: insuvorova@inbox.ru

УДК 332

ОБЗОР ЭКО-ОТЕЛЕЙ РОССИИ

Overview of eco-hotels of Russia

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования экологических отелей в России. Актуальность изучения и систематизации гостиничных объектов данного типа обусловлена глобальным распространением эко-тренда и ростом рынка эко продукции. В работе выявлены сущностные характеристики и специфические черты эко-отелей России. В качестве вопроса, требующего решения, обозначена проблема сертификации экологических гостиничных предприятий нашей страны.

Abstract

This article deals with the peculiarities of ecological hotels in Russia. The relevance of study and systematization of the eco-hotel facilities due to the global spread of eco-trend and eco-market growth. The paper identified the essential characteristics and specific features of eco-hotels in Russia. As a matter to be addressed, the problem of certification of environmental hotel management companies of our country is outlined.

Эко-отели получили свое развитие в последние двадцать лет. С одной стороны, это обусловлено распространением актуального экологического тренда и внедрением его во всем сферы жизни современного общества, с другой –следствием процесса урбанизации и желанием все большего числа туристов проводить отдых традиционно, ближе к природе, однако в новом формате. Специфика экологического туризма в большинстве случаев предполагает активное участие гостя в туристической программе, а именно: наблюдение за природой, уход за животными, сбор ягод, целебных трав, изучение быта, традиций и культуры местных народов, участие в просветительских мероприятиях. Реализация данного типа услуги возможна на специализированных площадках, которыми и являются эко-отели, располагающие не только возможностями для размещения гостей, но и имеющие на своей территории эко-фермы, хозяйства, этнические постройки, оздоровительные комплексы, конференц-залы, а также систему экологического менеджмента.

В связи с отсутствием единого определения термина «эко-отель», рассмотрение практических особенностей данных предприятий, по нашему мнению, весьма актуально. Глобальное развитие экологического тренда, рост рынка эко-продукции, готовность потребителей доплачивать за экологические характеристики товаров и услуг определяет необходимость изучать текущее состояние эко-отелей России, их особенностей, а также формировать стратегию развития и продвижения предприятий данного типа.

Цель представленной работы заключается в рассмотрении действующих экологических предприятий, определении наиболее актуальных типов эко-отелей в России, определение их характерных черт.

Отметим, что для развития экологического туризма требуется соответствующий потенциал. Говоря о России, невозможно оставить без внимания огромные просторы нашей страны и находящиеся на ней уникальные природные ресурсы, представленные в 97 государственных заповедниках, 40 национальных природных парках, общей площадью более 45 млн.га [1], природных заказниках и памятниках.

Также одним из наиболее важных факторов развития экологического гостеприимства в нашей стране является проживание на территории 190 народов и этнических групп, среди которых коряки, чукчи, эскимосы, ханты, тувинцы, буряты и другие [2]. Эти народы сохранили традиции быта, культуры, ремесел и промыслов, изучение и знакомство с которыми является составной частью экологического туризма. Возможность использования национальных жилищ в качестве средств размещения обогащает этнический опыт туриста, с одной стороны, а с другой - позволяет показать альтернативу традиционным средствам размещения.

В соответствии с многообразием и широкой географией расположения особо охраняемых природных территорий, нетрудно отметить, что эко-отели расположены практически во все частях России. Если рассматривать расположение экологических объектов размещения по туристическим кластерам, можно выделить следующие: Дальний Восток, Алтай; Прибайкалье и Забайкальский край; Урал, Кавказ; Черноморское побережье; Крым; Северный и Центральный регионы.

Отметим, что на текущий момент не существует четкой градации и строго определенного набора характерных черт эко-отелей. Однако в эко-отелях каждого из указанных регионов можно наблюдать определенную специфику.

Экологические отели, функционирующие на базе рекреационных ресурсов, например, уникального климата, минеральных или термальных вод, лечебных грязей, расположены на традиционных для оздоровления территориях: Крымское и Кавказское побережье Черного моря, Кавказские горы, Алтай. Гостям предлагается высокий уровень гостиничного сервиса, посещения лечебниц, минеральных бассейнов, целебных ванн и SPA-комплексов, а также экологический дизайн помещений и соответствующие отделочные материалы, органическое питание и экологическая концепция отдыха. Наиболее яркими представителями подобной концепции являются эко-отели «Эхо», «Wellna Eco Resort», а также победитель номинации «Лучший эко-отель в России 2015» гостиничный комплекс «Крымский бриз»[3].

В отелях Центральной части России довольно часто встречаются загородные отели с приставкой «эко». Такие средства размещения чаще всего представляют собой деревянные строения или коттеджные комплексы. В своей деятельности такие отели ориентируются на гостей, которые хотят отдохнуть от городской суеты и заняться традиционными промыслами: охотой, рыбной ловлей, собирательством. Инфраструктура загородных эко-отелей включает в себя, обширную озелененную территорию, зоны барбекю, беседки, спортивные площадки под открытым небом, а также банный комплекс и оборудованные пляжные территории. Представители загородных эко-отелей, а также других типов средств экологического размещения представлены в табл.1.

Таблица 1

Характеристика некоторых типов эко-отелей России
(составлено автором)*

№п/п	ТИП ЭКО-ОТЕЛЯ	КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ	РЕГИОНЫ РФ	СТОИМОСТЬ РАЗМ-Я (НА ЧЕЛ./СУТ)	ПРИМЕРЫ ЭКО-ОТЕЛЕЙ
1	Курорт-ный эко-отель	Расположен вблизи рекреационных ресурсов, имеет инфраструктуру для оздоровления и/или лечения; все современные	Алтай; Иркутская область; Бурятия; Черноморское	1500 р.-60000р.	«Эхо»; «Алтай» «Крымский бриз»; «Левант»; «Звенигород-ский»,

№п/п	ТИП ЭКО-ОТЕЛЯ	КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ	РЕГИОНЫ РФ	СТОИМОСТЬ РАЗМ-Я (НА ЧЕЛ./СУТ)	ПРИМЕРЫ ЭКО-ОТЕЛЕЙ
		условия и услуги для комфортного отдыха и релаксации, экологическое питание.	побережье; Кавказ; Крым; Подмосковье; Центральный регион.		«Welna Eco Spa Resort», «Сокол- Кавказ», «Лепота»,
2	Загород-ный эко-отель	Расположен в загородной зоне, строения из натуральных материалов, деревянные коттеджи. В качестве доп.услуг баня, катание на лодках, рыбалка, охота, сбор ягод, грибов.	Центральный регион, Подмосковье, Русский Север; Сибирь; Урал; Дальний Восток; Крым; Кавказ.	1000р. – 12000р.	Эко-отели: «Летняя Золотица», «Большая медведица», «Енхок», «Снегирек», «Новый ковчег», «Беларусь», «Байкал-трек», «Эдэм»
3	Этничес-кий эко-отель	Распложен загородной зоне, представляет аутентичные строения (чумы, юрты, избы и т.д.); предусмотрены минимальные удобства, отказ от благ цивилизации с целью погружения в быт и культуру местных жителей.	Алтай; Бурятия; Забайкальский край; Дальний Восток; Чукотка, Подмосковье.	600р. – 2300р.	Эко-комплексы: «Юрточное кочевье» «Мульта» «Алханай» «Этномир» «Тыдтуярык» «Белый камень» «Этномир»
4	Эко-отель-ферма	Расположен в загородной зоне; строения из натуральных материалов, имеют при отеле собственное фермерское хозяйство. Продукты питания с фермы; общение и уход за животными.	Подмосковье, Центральный регион; Крым; Алтай; Урал.	1300 р.- 12000р.	Отели эко-фермы: «Стрельчиха» «Левант», «Мирали», «La Ferme de Reve», «Русское подворье», «Коновалово», «Потапово», «Ваньково», «Лукино», «Кузнецово».
5	Сертифи-цирован-ный эко-отель	Отели, прошедшие экологическую сертификацию и имеющие соответствующий документ, который подтверждает использование ресурсосберегающих технологий. В России-сертификат «Листок жизни», «Green key».	С-Петербург Костромская область Алтай, Крупные города России	1750р. – 52000р.	Эко-отели «Романов-лес», «Левант», «Алтика» «Коринтия» Санаторий «Ян» Парк Инн Рэдиссон Екатеринбург, Краунвелл Инн Югра Рэдиссон блю Челябинск Рэдиссон блю Шереметьево и др.

Встречаются экологические отели, имеющие собственные пасеки, фермы, сады. Эко-фермы и хозяйства, готовые принять гостей, набирают популярность в России. В Подмосковье и прилегающих областях насчитывается несколько десятков подобных эко – ферм с возможностью размещения гостей, среди которых: «Коновалово», «Потапово», «Ваньково», «Лукино», «Кузнецово», «Богдарня», «Fattoria Little Italy». Гости этих отелей по желанию могут принять участие в уходе за животными, ознакомиться с основами сельского хозяйства или посетить контактный зоопарк. Такие объекты размещения не только оказывают гостиничные услуги и соответствующие профилю программы, но и выпускают сертифицированную фермерскую продукцию.

В эко-отелях, расположенных на Алтае, в Бурятии, Северной части нашей страны представлено большое многообразие аутентичных строений, сохранивших форму и концепцию быта местных народов. Большое распространение среди действующих эко-отелей приобрели юрточные комплексы. Как правило, комплекс насчитывает около 20 юрт разной вместимости от 2 до 8 человек. Юрты оборудованы только самыми необходимыми предметы быта: кроватями, шкафом, умывальником, столом и табуретами. Обогрев в юрте осуществляется за счет небольшой дровяной печи. Туалеты и баня, как правило, расположены на территории комплекса. Другие типы этнических строений, которые

возможно использовать в качестве средств размещения, указаны в табл.1. Отметим, что эко-отели с этно-направленностью чаще всего не предлагают полный спектр дополнительных гостиничных услуг, а иногда намеренно ограничивают гостя в использовании современных благ цивилизации для наиболее полного погружения в самобытную атмосферу.

Особое значение в развитии экологического туризма и гостеприимства играют эко-отели, прошедшие сертификацию. Такие отели подтверждают экологическую направленность хозяйственной деятельности не только по отношению к гостям, но также и к окружающей среде: оптимизируют расход воды, используют энергосберегающие технологии, запускают просветительские программы. В России наиболее распространенными являются системы «Green Key» и «Листок жизни». В настоящее время сертификат «Green Key» имеют 26 отелей[4]. В качестве примера отеля, функционирующего под эгидой «эко» и имеющего сертификат «Листок жизни» отметим загородный эко-отель «Романов лес», расположенный в Костромской области на реке Волге. Любой гость, желающий получить информацию о том, какие природные богатства скрывает прилегающая территория отеля, а так же о применяемых экологических технологиях, действующих экологических сертификатах отеля, сможет найти ее в описании эко-отеля на официальном сайте [5].

В рамках данной тематики отметим отели, которые выполняют просветительскую функцию и распространяют идеи «зеленого» образа жизни. В международной практике можно найти множество примеров эко-отелей являющихся организаторами мероприятий, посвященные восстановлению лесов, защите водоемов, сохранению флоры и фауны заповедников. В России таких средств размещения не много, однако, они существуют, например база «Байкал-трек». Здесь используются солнечные батареи, эффективные очистные и фильтрационные сооружения. А также этот объект известен тем, что является стартовой точкой для маршрутов по экологическим тропам Байкала и организатором экологических фестивалей. Подобного рода мероприятия привлекают внимание социума к проблемам окружающей среды, создают условия для обсуждения и решения наиболее актуальных вопросов.

В заключение отметим, в России представлено многообразие эко-отелей, данный сегмент находится в стадии роста, формирует инфраструктуру и позволяет развиваться направлению эко-туризма. Однако, одной из ключевых проблем экологического гостеприимства в России является отсутствие у многих из функционирующих эко-отелей специальных сертификатов, подтверждающих наличие технологий ресурсосбережения, очистки сточных вод и утилизации отходов. В условиях глобализации экономики и активной сертификации гостиничных услуг в Европе, такая ситуация ведет к неконкурентоспособной позиции российских эко-отелей на международном рынке и, соответственно, требует оперативного решения данного вопроса на локальном и государственном уровне.

Библиографический список::

1.Данные о подведомственных ООПТ Министерства природных ресурсов и экологии России [Электронный ресурс] : Официальный сайт Министерства природных ресурсов и экологии России./2016. – Режим доступа: URL: http://www.mnr.gov.ru/mnr/oopt/ (дата обращения 08.09.2016)

2.Всероссийская перепись населения 2010/ [Электронный ресурс] : Официальный сайт программы Всероссийской переписи населения 2010 /2016. – Режим доступа: URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm// (дата обращения 10.11.2016).

3.Победители 2015 Russian Hospitality Awards / [Электронный ресурс]: Официальный сайт программы Russian Hospitality Awards /2016. – Режим доступа: URL: / http:// hospitalityawards.ru/2015/participants/ (дата обращения 21.10.2016)

4.Green Key Sites/ [Электронный ресурс]: Официальный сайт программы Green Key /2016. – Режим доступа: URL: http://www.greenkey.global/green-key-sites/

5.Почему мы «эко»? / [Электронный ресурс] : Официальный сайт отеля «Романов лес» /2016. – Режим доступа: URL: http://www.romanovles.ru/welcome/about/pochemu-eko// (дата обращения 15.10.2016).

**В исследовании использовались данные официальных Интернет-сайтов всех упомянутых эко-отелей.*

Ян Бяньцзин
Томский Политехнический Университет, г. Томск
E-mail: yangbianjing@icloud.com
Научный руководитель: Давлетгареев Н.Р.

УДК 658.8

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В КИТАЕ

Аннотация: Экономические реформы, проводимые в Китае уже свыше двадцати лет, привели к сравнительно высокому уровню развития народного хозяйства и повышению уровня жизни населения. В значительной степени это стало следствием перехода к рыночной модели экономики.
Кроме этого необходимо отметить тот факт, что на различных управленческих уровнях, а также среди ученых-экономистов постоянно озвучивается, что создаваемая система хозяйственного управления в первую очередь характерна принятием во внимание особенностей китайской специфики.

Важнейшим из необходимых условий выведения управления китайской экономики на новый уровень является применение маркетинга в хозяйственной практике предприятий. Маркетинг к качестве системы управления предприятием проявил себя с наилучшей стороны во всех государствах с рыночной экономикой. В современной экономике КНР применение маркетинга связано в основном с наличием идеологических особенностей. Для правильного анализа проблем маркетинга, связанных с идеологией, необходима достаточно полноценная информация, получить которую не легко. [1]

В конце девяностых годов 20-го века г. Агентство информационного обеспечения рыночной экономики КНР проводило в форме анкетного опроса исследование особо отобранных (для соблюдения условий репрезентативности) значительных торгово-промышленных компаний, составивших целевую «фокус-группу» для анализа маркетинговых проблем. Было исследовано свыше 300 предприятий. Выборка была в достаточной степени репрезентативна, что связано с рассматрением только крупных промышленных и торговых предприятий. Уникальная первичная информация, полученная с помощью этого исследования, позволяет оценить состояние и перспективы развития китайского маркетинга. Опрошенные указали важнейшие для своей работы, различные направления применения маркетинга, соответствующие трем базовым этапам глобальной эволюции маркетинговой теории (табл. 1).

Таблица 1:Основные тенденции применения маркетинга в деятельности предприятий КНР (согласно результатам опроса)

Вопрос: «Какой идеологической парадигмы придерживается ваше предприятие?	Кол-во ответов, выраженное в процентах от общего количества опрошенных
Производим продукты, которые можем произвести; продаем товары тем, кто больше заинтересован	11,2
Делаем ставку на рекламу и другие методы стимулирования сбыта, чтобы масштабы сбыта были многократно увеличены.	40,1
Проводим тщательное исследование рынка, своевременно регулируем качество и разнообразие товаров с целью угодить постоянно меняющимся потребностям	48,7

покупателя	
Итого	100,0

Три представленных принципа отражают также три разных подхода к реализации маркетинга, которые доминируют среди китайских менеджеров по хозяйству.

Первый принцип, по-видимому, является устаревшей и менее пригодным для маркетинга, поскольку сформировался в условиях централизованной плановой экономики. В соответсвии с концепцией, основное внимание нужно обращать на сам факт продажи товаров, а не на то, как лучше организовать их реализацию. Не уделяется достаточного внимания анализу рыночной ситуации и трансформации потребностей покупателей. Почти десять процентов обследованных компаний придерживается данной устаревшей концепции, что представляет собой хотя и не слишком значительную, но весьма серьезную проблему.

Вторая концепция является намного более продвинутой. Однако, акцентом выступает не удовлетворение потребностей потребителя в итоге, а стимулирование сбыта при помощи рекламы; целью представляется сбыт товаров и получение наибольшей прибыли. 40,0% опрошенных предприятий придерживаются этой концепции. Несмотря на то, что эти предприятия могут получить хорошую прибыль за короткий срок, с точки зрения перспективы им нелегко обрести стабильное, нормальное и долгосрочное развитие в условиях жесткой рыночной конкуренции.

Третья концепция типична для современного маркетинга. В центре её находится покупатель. Концепция ставит удовлетворение изменяющихся потребностей покупателя главной целью, поэтому именно к ней направлены идеологии современных предпринимателей, эти идеологии основаны на том, чтобы завоёвывать рынок клиентоориентированностью, подстраиваясь под желания покупателей и постепенно вытесняя конкурентов. Около половины (48%) предприятий, принявших участие в опросе, считают данную концепцию наилучшей в современных условиях. [2] Это значит, что в процессе становления рыночных отношений крупные и средние предприятия уже на один шаг продвинулись к использованию концепции третьего вида.

В процессе внедрения маркетинга в КНР также следует уделять внимание и факторам, сдерживающим это внедрение (табл. 2).

Таблица2: Факторы, тормозящие внедрение маркетинга в КНР (по результатам опроса)

Вопрос: «Какие три пункта из нижеследующих Вы считаете главным препятствием для внедрения маркетинга на Вашем предприятии?	Кол-во ответов,в % к числу респондентов »
Дефицит средств	48,6
Отсутствие специалистов и навыков организации эффективного маркетинга	42,9
Отсутствие знаний о маркетинге	40,0
Традиционная косная форма хозяйствования, которую трудно изменить	23,9
Чересчур быстрое изменение окружающей среды рынка, маркетинг ничем не поможет	14,3
Серьезные проблемы по координации работы отдела маркетинга и других функциональных отделов	8,6
Другие	14,3

Результаты опроса, приведенные в табл. 2, показывают, что большая часть

предприятий считают, что дефицит средств – главный враг, стоящий на пути внедрения маркетинга. Видимо, для них слова маркетинг и затраты стоят в одном синонимическом ряду. На самом же деле содержание современного маркетинга может быть самым разным и подходящим под любой кошелек. В него входят: исследование потребительского рынка, регулирование разнообразия наименований товаров или услуг, гарантийное обслуживание, размещение товаров на торговых предприятиях, методы продаж, поведение продавцов и остальных работников. Из табл. 2 видно, что самыми важными причинами являются отсутствие квалифицированных специалистов в сфере маркетинга, а также недостаток в глубине разработанной теории маркетинга (соответственно 42,9 и 40,0%). Эти два пункта можно назвать самыми частыми и мощными препятствиями, которые тормозят маркетинговую деятельность на различных уровнях управления производством и торговлей. Необходимо отметить, что число предприятий, которые считают традиционную форму хозяйствования препятствием, около 23,9%. Этот факт указывает на то, что, несмотря на так называемый переход от плановой экономики к свободным рыночным отношениям, значительная часть крупных и средних предприятий так и не отказалась от старых привычек и способов ведения хозяйства. У них пока не сложилось систематического и глубокого понимания проблем современной рыночной экономики и современного маркетинга.[3]

Есть много методов и способов рекламы. Однако, их основные принципы остаются неизменными на протяжении десятков лет. Особое внимание при разработке новых маркетинговых программ нужно обратить на современные методы рекламы. Нужно осваивать новые научные методы сбыта товаров.

При анализе развития экономики Китая мы можем отметить, что методы директивного планирования, жесткая концентрация власти в принятии решений входят в противоречие с традиционной китайской культурой и традициями.

Для Китая характерны следующие отличительные черты в области предпринимательства:

- Любовь к труду, готовность прикладывать максимальные усилия, чтобы достичь процветания.
- Бережливость, понимание необходимости экономии ради достижения своих целей, способность к самоограничению
- Стратегическое планирование, использование мудрости, стратагем, хитростей
- корпоративные связи, способность к горизонтальному сотрудничеству
- доверие, которое является одной из важнейших конфуцианских ценностей

Эти принципы превосходно вписываются в реалии рыночной экономики, они больше соответствуют рыночной модели, чем командно-административной системе.

Китайское общество всегда готово к переходу к рыночным отношениям, так как это соответствует многовековой культуре Китая. С этой точки зрения, маркетинг имеет преимущество перед командно-административной системой.

Библиографический список:

1 Чжан Би Юй. Тенденции развития туристического комплекса Китая. – Москва. – 2015. – №7. – 200 с.

2 Сюй Юйдун. Исследования развития мелких и средних китайских предприятий. – 2015г– №11. – С.29–31

3 Отчет по результатам исследования развития китайской коммерции за 2015 год

Балашова Елена Сергеевна
Elena S. Balashova
Кандидат экономических наук, доцент Высшей школы промышленного менеджмента и экономики ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого». E-mail: elenabalashova@mail.ru

Громова Елизавета Алексеевна
Elizaveta A. Gromova
Аспирант Высшей школы промышленного менеджмента и экономики
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».
E-mail: lizaveta-90@yandex.ru

УДК 338.45.01

ЭФФЕКТИВНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ

EFFECTIVE INTEGRATION OF MANAGEMENT ORGANISATIONAL TECHNOLOGIES

В последнее время мировому сообществу свойственно турбулентное развитие экономики, Россия пребывает в глубоком кризисе, берущем своё начало с конца 2014 г. Такая непростая ситуация способствует динамичному развитию теории и практики современного менеджмента. В условиях чрезвычайно высокой конкуренции выживают компании, умеющие оперативно реагировать на изменения внешней среды. Всё чаще компании делают свой выбор в пользу комбинирования различных бизнес-моделей, пытаясь взять лучшее сразу от нескольких концепций менеджмента.

Velocity – это философия управления, объединяющая эффективные по отдельности модели современного менеджмента: бережливое производство (lean production), теория ограничений (theory of constraints), шесть сигма (six sigma), и, успешно прошедшая апробацию в американской армии с целью налаживания логистических процессов [1]. Данная концепция является примером плодотворного взаимодействия различных организационных технологий управления. Бесспорным является тот факт, что индивидуально каждая модель успела зарекомендовать себя с наилучшей стороны в международной практике, их же симбиоз пока считается достаточно новым явлением в современной теории управления. Яркой отличительной чертой, связывающей данные концепции, можно назвать их миссию – каждая, из них является программой улучшений. В основе логики алгоритмов совершенствования процессов бережливого производства, теории ограничений и шесть сигма лежит цикл Деминга (PDCA) [2]. Далее представлены последовательности действий в рамках реализации lean production, theory of constraints и six sigma (рис. 1, рис. 2, рис. 3).

Рисунок 1. Этапы реализации концепции lean production

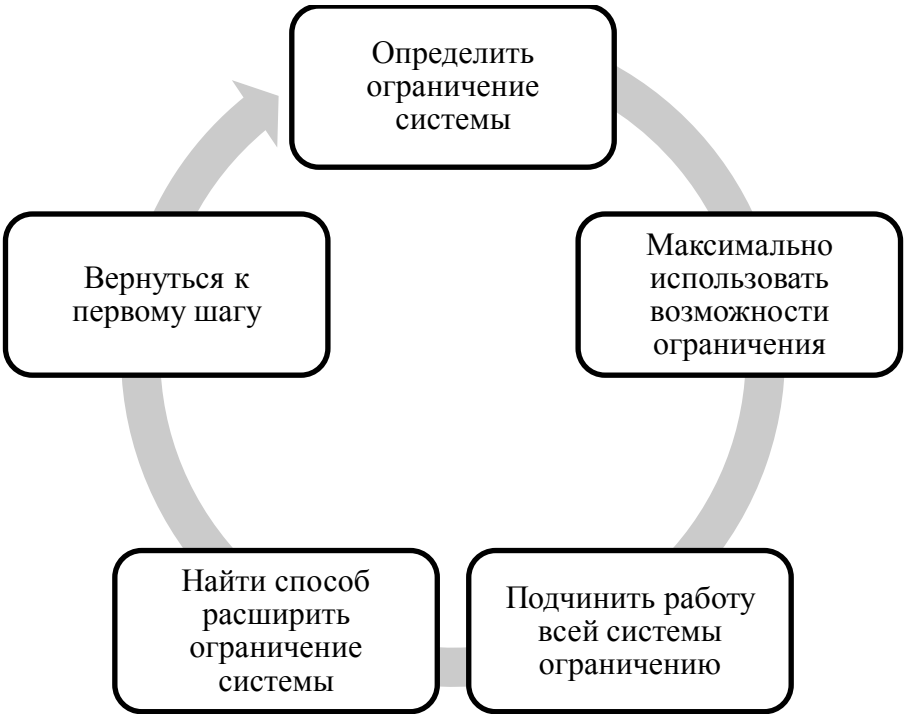

Рисунок 2. Этапы реализации концепции theory of constraints

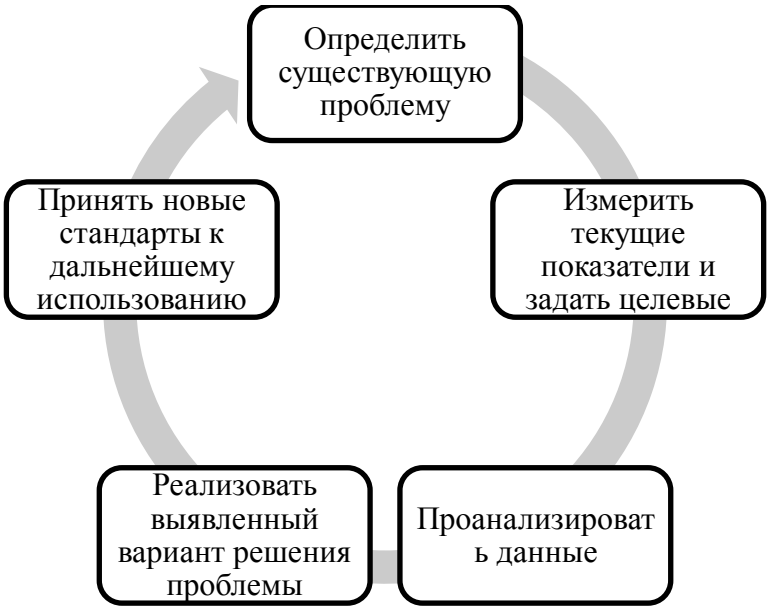

Рисунок 3. Этапы реализации концепции six sigma

Исходя из вышеприведенных циклов, становятся отчетливо видны коренные различия трех концепций, заключающиеся в фокусизации внимания и основной идее (табл. 1).

Таблица 1. Сравнение концепций: бережливое производство, теория ограничений, шесть сигма

	Бережливое производство	**Теория ограничений**	**Шесть сигма**
Фокусизация внимания	Поток создания ценности	Ограничения системы	Существующие проблемы
Основная идея	Сокращение потерь	Уменьшение ограничений	Снижение вариации

В [3] сформулирован возможный вариант интеграции моделей в рамках концепции velocity: бережливое производство и шесть сигма гораздо лучше работают в рамках теории ограничений, чем без неё, так как с помощью теории ограничений можно быстро создать стабильную систему, а затем улучшать её с помощью бережливого производства и шесть сигма, но с сохранением основного ограничения, задающего скорость процессу. Данный вариант находит своё подтверждение в практике крупного американского производителя электроники, поставившего эксперимент, который заключался в сравнении эффективности lean production, six sigma и velocity. В течение более чем двух лет исследований на 21 заводе компании был реализован 101 проект. Согласно изначальному распределению: 11 заводов применяли шесть сигма, 4 – бережливое производство и 6 – интегрированную модель. В итоге методология процесса улучшений именно концепции velocity позволила значительно сократить затраты компании. В процентном соотношении доли вклада в экономию относительно организационной технологии управления представлены ниже (рис. 4) [4].

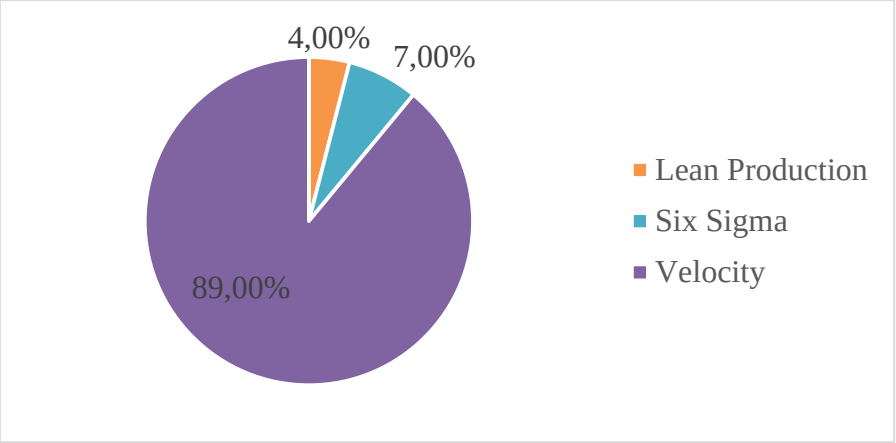

Рисунок 4. Соотношение долей вклада в экономию моделей: lean production, six sigma, velocity

Российские промышленные предприятия также не остаются в стороне от мировых тенденций и совершают попытки кооперации подходов к управлению. В 2009 году АО «ОДК-Газовые турбины» - одна из компаний госкорпорации «Ростех», встала на путь глобальных преобразований, выразившихся в построении производственной системы, базирующейся на принципах постоянного совершенствования и повышения качества процессов [5]. Стратегия компании воплощает в себе модели бережливого производства, теории ограничений и шесть сигма. То есть АО «ОДК-Газовые турбины» является примером внедрения концепции velocity в России. За начальный год функционирования данной стратегии управления: 37% сотрудников были вовлечены в процесс постоянных улучшений, а экономический эффект составил около 400 млн рублей [6]. За первые пять лет было открыто 86 проектов, в 56 из которых активное участие приняло производство и, среди которых особое значение имеют: «Унификация трубопроводных фланцев», «Кооперация-1», «220», «Связные планы», «Рост качества», «Радуга» и «Дело изделия». Залогом таких результативных изменений стало именно объединение моделей управления.

Резюмируя, можно сделать вывод о целесообразности использования подходов к управлению, основанных на интеграции нескольких организационных технологий. Главным достоинством таких подходов является их гибкость, которая имеет особую актуальность в современных нестабильных реалиях. Касательно российского промышленного сектора экономики ввиду наличия успешного примера, данная стратегия также способна повысить конкурентоспособность отечественных предприятий на международном уровне.

Библиографический список:

1. Velocity management. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL:http://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/MR1131/MR1131.appa.pdf (дата обращения 05.07.2016).
2. Чего не хватает в PDCA и что могут предложить Lean, Six Sigma, TOC? [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: http://sixsigmaonline.ru/load/22-1-0-424 (дата обращения 22.10.2016).
3. Кокс Д.. Джейкоб Д., Бергланд С. Новая цель. Как объединить бережливое производство, шесть сигм и теорию ограничений / Д. Кокс., Д. Джейкоб, С. Бергланд Пер. с англ. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012 г. – 386 с.
4. Continuous Improvement Trio. The top elements of TOC, lean, and six sigma (TLS) make beautiful music together. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: http://www.sbmexpert.com/foto/pliki/PL/artykuly/TOCLEANand6sigma.pdf (дата обращения 07.07.2016).

5. Балашова Е.С., Громова Е.А. Интеграция моделей ресурсного управления на промышленных предприятиях / Е.С. Балашова, Е.А. Громова // Москва: Журнал «Экономика, социология и право». 2016. № 8. С. 11-13.
6. Газотурбинные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gtt.ru/wpcontent/uploads/2015/12/gtt_saturn_2010.pdf (дата обращения: 07.11.2016).

Научное издание

Коллектив авторов

ISSN 2500-1140

Журнал об экономических науках «Бенефициар»

Кемерово 2016