

**Дагестанский государственный университет народного
хозяйства**

Кафедра экономики

Учебное пособие по дисциплине

«Инфраструктура рынка»



Махачкала 2016

УДК 330 342.23

ББК 65.6

Составитель: Тагавердиева Динара Сабировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории ДГУНХ

Внутренний рецензент: Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой «Менеджмент» Дагестанского государственного института народного хозяйства

Внешний рецензент: Казиханов Адильхан Магомедтагирович, доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономическая теория» Дагестанского государственного университета

Инфраструктура рынка: Учебное пособие / Под ред. к.э.н., доцента кафедры экономики Тагавердиевой Д.С., 2016. – 128 с.

Учебное пособие по дисциплине «Инфраструктура рынка» может быть использовано студентами неэкономических специальностей, преподавателями и аспирантами. Данное издание содержит систематизированное изложение проблем рыночной инфраструктуры и современных методов удовлетворения потребностей людей. Рассматривается место инфраструктуры в рыночной системе, система таможенного регулирования в РФ, функционирование внебюджетных фондов, кредитная система и банки, товарные биржи. Уделяется внимание проблемам производственной, социальной инфраструктуры и инфраструктуры рынка труда.

Настоящее издание может быть использовано студентами, аспирантами, а также практическими работниками при изучении проблем регулирования объектов инфраструктуры.

Содержание

стр.

| | |
|--|-----|
| <i>Аннотация</i> | 4 |
| Тема 1. Структура и инфраструктура рынка: сущность и основные элементы..... | 5 |
| Тема 2. Фондовая и валютная биржи..... | 16 |
| Тема 3. Страховые компании..... | 21 |
| Тема 4. Рынок труда..... | 34 |
| Тема 5. Кредитная система и банки..... | 40 |
| Тема 6. Внебюджетные фонды..... | 53 |
| Тема 7. Организация таможенных операций. Свободные экономические зоны.. | 65 |
| Тема 8. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах). Товарная биржа..... | 78 |
| Тема 9. Основы формирования рынка услуг..... | 119 |
| Тема 10: Инфраструктура профессиональной поддержки предприятий: консалтинг, аудит, тренинг..... | 120 |
| <i>Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине</i> | 125 |
| <i>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины</i> | 127 |

Аннотация

Инфраструктура – это обязательный компонент любой целостной системы. Она представляет собой составную часть общего устройства экономической или политической жизни, носящую подчиненный, вспомогательный характер и обеспечивающую нормальную хозяйственную деятельность экономики или политической системы в целом.

Процесс формирования инфраструктуры в качестве относительно самостоятельной сферы общественного производства прошел ряд этапов, связанных с крупными вехами в общественном разделении труда.

Так, отделение ремесла от земледелия, или второе крупное общественное разделение труда, вызвав появление городов, объективно способствовало усилению продуктообмена между городом и деревней, что вело к развитию объектов инфраструктуры. Третье крупное разделение труда в обществе – отделение торговли от земледелия и промышленности – вызвало дальнейший рост продуктообмена за счет вовлечения в хозяйственный оборот новых территорий, что, в свою очередь, с необходимостью потребовало расширения инфраструктурной сферы.

Сегодня выделяют производственную инфраструктуру, обслуживающую производство (транспорт, связь, оптовую торговлю и т. д.), социальную инфраструктуру – совокупность объектов отраслей сферы обслуживания (транспорта и связи по обслуживанию населения, образования, здравоохранения, социального обеспечения и т. д.), деятельность которых направлена на удовлетворение личных потребностей, обеспечение жизнедеятельности и интеллектуального развития населения, а также инфраструктуру рынка.

Новым видом инфраструктуры является рыночная инфраструктура. С развитием рыночного механизма в экономике страны появляется необходимость специализированного вида деятельности по удовлетворению потребностей от специализированного вида деятельности по удовлетворению потребностей отдельных рынков, организованной системы, отражающей спрос и предложение. Появление рынка обусловило возникновение новых организаций, учреждений, обеспечивающих его цивилизованное функционирование.

РАЗДЕЛ 1. Общая инфраструктура рынка

Тема 1: Структура и инфраструктура рынка: сущность и основные элементы

1. Многокритериальный характер системы и структуры рынка.

2. Сущность, происхождение и основные элементы инфраструктуры рынка.

1. Многокритериальный характер системы и структуры рынка.

Характеристику рынка как совокупности или арены актов купли-продажи можно раскрыть через его структуру, систему и инфраструктуру. Становление и налаживание эффективно функционирующей системы и инфраструктуры рынка - важнейшие компоненты процесса перехода экономики России на рыночные условия хозяйствования.

Структура рынка – это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка, их удельный вес в общем объеме рынка.

Признаками любой структуры являются:

- ◆ тесная связь между ее элементами;
- ◆ определенная устойчивость этих связей;
- ◆ целостность, совокупность данных элементов.

Совокупность всех рынков, расчлененных на отдельные элементы на основе самых разнообразных критериев, образует *систему рынков*.

Рынок в целом характеризуется весьма богатой и сложной структурой. Описание его структуры зависит от выбранных критериев.

Критериями для характеристики структуры и системы рынка *по объектам* могут быть.

- ◆ рынок товаров и услуг (потребительский рынок);
- ◆ рынок рабочей силы;
- ◆ рынок средств производства,
- ◆ рынок ценных бумаг, валюты;
- ◆ рынок научно-технических разработок, патентов;
- ◆ рынок информации;
- ◆ рынок средств обращения;
- ◆ рынок отдельных товаров или товарных групп (мяса, одежды, обуви);
- ◆ рынок лицензий и др.

Потребительский рынок включает рынки продовольственных и промышленных товаров, рынки бытовых, коммунальных, транспортных услуг, а также услуги культуры, образования, здравоохранения. На этом рынке в наибольшей степени проявляются колебания спроса и предложения, инфляция. Он оказывает непосредственное влияние на благосостояние нации.

Рынок жилья до недавнего времени в нашей стране существовал в виде купли-продажи частных домов, дач и других владений подобного рода, а также кооперативных квартир, которые могли быть проданы и куплены. В связи с приватизацией государственного жилого сектора можно говорить о формировании полноценного, а не ограниченного узкой зоной обмена или теневой продажи "по договоренности" рынка жилья, охватывающего все виды жилой площади. Рынок жилья – часть рынка недвижимости.

Рынок рабочей силы в принципе всегда существовал. Однако в прошлом в нашей экономике рабочая сила не была объектом свободной купли-продажи в связи с ее плановым распределением, внеэкономическим принуждением к труду « (борьба с тунеядством) и государственными тарифами оплаты труда, отсутствием системы наймы и увольнений.

Рынок инвестиций представляет собой одну из разновидностей денежного рынка, в которой объектом рыночных отношений являются капиталовложения.

Рынок ценных бумаг до недавнего времени в России был представлен только куплей и продажей облигаций государственных займов, лотерейных билетов. В настоящее время проводится купля-продажа акций, облигаций, ассигнаций, чеков, аккредитивов, векселей и других видов денежных обязательств.

Рынок денег и валюты официально в нашей экономике отсутствовал или носил теневой характер. В крайне ограниченной форме валютный рынок охватывал только сферу внешнеэкономических отношений. Нормальное функционирование этого рынка потребовало создания фондовых валютных бирж, на которых продается и покупается валюта за рубли по мировому, государственному, свободному и аукционному курсу.

Рынок инноваций, т. е. нововведений, изобретений, рационализаторских предложений, практически также отсутствовал в нашей экономике. Переход к рыночным отношениям дает основание рассматривать инновации как товар, который целесообразно продавать по рыночным ценам, что, несомненно, должно привести к ускорению научно-технического прогресса.

Рынок информационных продуктов – это особый рынок, предметом купли-продажи здесь являются книги, газеты, картины, различного вида реклама и великое множество других предметов и видов деятельности, несущих людям необходимую информацию.

Такой рынок у нас существует. Но если понимать информационный продукт в широком смысле слова, включая в него и интеллектуальный, т. е. научную, культурную, духовную, образовательную продукцию, то подобный рынок только формируется. Определенное распространение получают в качестве объекта купли-продажи программы для ЭВМ.

Рынок лицензий – это часть рынка инноваций. Объектом купли и продажи здесь служат патентные и беспатентные лицензии на передачу

изобретений, технологического опыта, промышленных секретов и коммерческих знаний, использование товарных знаков и т.д. Это торговля технологией. В современных условиях наибольшее распространение в международной практике получили лицензионные соглашения, предусматривающие комплексный технологический обмен с предоставлением *ноу-хау* (информации, содержащей технические знания и практический опыт, имеющей коммерческую ценность и не обеспеченной патентной защитой: спецификаций, формул, рецептур, документации, схем организации производства, характеристик технологического процесса и пр.) и *инжиниринговых услуг* по промышленной реализации передаваемой технологии.

По субъектам рыночная система подразделяется на следующие виды рынков:

- ◆ рынок покупателей;
- ◆ рынок продавцов;
- ◆ рынок государственных учреждений;
- ◆ рынок промежуточных продавцов – посредников.

На *рынке покупателей* предложение должно превышать спрос, тогда покупатель сравнивает между собой разные сорта товаров, их цены и оказывает предпочтение тому или иному товару. Здесь есть конкуренция производителей и торговцев, что характерно для современных развитых национальных и международных рынков.

Рынок продавца характеризует значительное превышение спроса над предложением. Здесь главную роль играет количество товаров и услуг, качеству уделяется минимальное внимание. Ни о предпродажном, ни о послепродажном сервисе не упоминается, все продается сразу, как бы "с колес", так как конкуренция между производителями отсутствует, товарный ассортимент беден. Торговля работает по принципу "Бери, что дают!" Таков наш рынок.

Рынок государственных учреждений включает совокупность актов купли-продажи государственных организаций, федерального правительства, местных органов власти, закупающих или арендующих товары, необходимые им для выполнения своих основных функций по отправлению власти.

Рынок промежуточных продавцов выражает совокупность экономических отношений лиц и организаций, приобретающих товары для перепродажи или сдачи в аренду другим потребителям с выгодой для себя.

По общественному разделению труда выделяются:

- ◆ местный (локальный) рынок;
- ◆ региональный рынок;
- ◆ национальный рынок;
- ◆ мировой рынок.

Мировой рынок – это не только совокупность национальных рынков

различных государств, экономические связи между которыми определены международной торговлей (в том числе торговля лицензиями, услугами, международное перемещение капиталов и т. д.), но и качественно новый уровень.

Можно назвать и другие критерии классификации.

По уровню насыщения:

- ◆ равновесный рынок;
- ◆ дефицитный рынок;
- ◆ избыточный рынок.

По степени зрелости.

- ◆ неразвитый рынок;
- ◆ развитый рынок;
- ◆ формирующий рынок.

По степени ограниченности конкуренции.

- ◆ свободный рынок;
- ◆ монополистический рынок;
- ◆ олигополистический рынок;
- ◆ смешанный рынок.

По соответствию действующему законодательству

- ◆ легальный рынок;
- ◆ нелегальный ("черный" и "серый") рынок.

По отраслям:

- ◆ автомобильный рынок;
- ◆ компьютерный рынок и т. д.

По организации рыночного обмена.

- ◆ оптовый рынок;
- ◆ розничный рынок;
- ◆ экспортный рынок;
- ◆ импортный рынок.

С учетом ассортимента товаров:

- ◆ замкнутый рынок, где товары только первого производителя;
- ◆ насыщенный рынок, где множество сходных товаров многих производителей;
- ◆ рынок широкого ассортимента, где есть ряд товаров, соответствующих друг другу и направленных на удовлетворение одной или нескольких связанных между собой потребностей;
- ◆ смешанный рынок, где имеются разнообразные товары, между которыми нет связи.

В экономике зарубежных стран выделяют аукционы, долгосрочные контракты, телефонно-телексный рынок, разовые сделки, биржевую торговлю.

Тендеры (торги) – это распределенная форма торговли, когда покупатель объявляет конкурс для продавцов на товар с определенными

технико-экономическими характеристиками с помощью тендерных комитетов, в которые входят технические и коммерческие эксперты, представители администрации, покупатели, принявшие решение о размещении заказов через торги, и другие участники. Развитый цивилизованный рынок требует и развитой инфраструктуры.

2. Сущность, происхождение и основные элементы инфраструктуры рынка

Термин «**инфраструктура**» в общем смысле обозначает комплекс отраслей, обслуживающих производственную и социальную сферу народного хозяйства.

Рынок, будучи формой взаимоотношений, между отдельными обособленными хозяйственными субъектами, имеет свою специфичную инфраструктуру. Для обеспечения нормального режима функционирования рынка необходимо существование ряда подсистем, служб, предприятий, опосредствующих рыночные сделки.

Так, на рынках товаров и услуг распространены товарные биржи, многочисленные фирмы, занимающиеся посреднической деятельностью, маркетинговые, консалтинговые, аудиторские организации. На финансовых рынках широко представлены валютные, фондовые биржи; для обслуживания ресурсных рынков существуют сырьевые биржи, а также биржи труда.

Предметом более детального рассмотрения станут далее и такие элементы инфраструктуры современного рынка, как денежно-кредитная система и банки, налоговая и таможенная система, система страхования хозяйственных рисков.

К рыночной инфраструктуре относятся также торговые палаты, ассоциации предпринимателей и деловых кругов, общественные и государственные фонды содействия развитию бизнеса, рекламные агентства, коммерческие выставочные комплексы, центры по предоставлению информационных услуг, развитию информационных технологий и средств деловой коммуникации, система высшего и среднего экономического образования.

Рыночная инфраструктура облегчает осуществление товарообменных операций, юридический и экономический контроль над ними, повышает их оперативность и эффективность, предоставляет информационное обеспечение. Конкретная конфигурация инфраструктуры зависит от типа и вида рынка.

Все перечисленные элементы рыночной инфраструктуры переживают в России период становления и развития. В недалеком прошлом инфраструктура товарных рынков в стране была фактически заменена централизованным натуральным распределением материальных ресурсов. Тем самым были блокированы каналы передачи коммерческой

инфраструктуры, подорваны стимулы к эффективному использованию ресурсов, хронической болезнью стал товарный дефицит. Ведь именно рыночная инфраструктура улавливает сигналы, идущие от потребностей и спроса, обеспечивает восприятие этих импульсов производителями и адекватную реакцию на них, связывает производителей и потребителей в единый хозяйственный процесс.

В настоящее время существуют несколько определений **инфраструктуры рынка:**

Рыночная инфраструктура - это система учреждений и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке. Встречаются и другие определения рыночной инфраструктуры. Ее характеризуют как *комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно-экономические условия для функционирования рынка, так и совокупность учреждений, организаций, государственных и коммерческих предприятий и служб, обеспечивающих нормальное функционирование рынка.*

Инфраструктура – это обязательный компонент любой целостной системы. Она представляет собой составную часть общего устройства экономической или политической жизни, носящую подчиненный, вспомогательный характер и обеспечивающую нормальную хозяйственную деятельность экономики или политической системы в целом.

Инфраструктура рынка – это совокупность организационно-правовых форм, опосредствующих движение товаров и услуг, акты купли-продажи, или совокупность институтов, систем, служб, предприятий, обслуживающих рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования.

Организационная база инфраструктуры рынка включает снабженческо-сбытовые, брокерские и другие посреднические организации, коммерческие фирмы крупных промышленных предприятий.

Материальная база состоит из транспортных систем, складского и тарного хозяйства, информационной системы и средств связи.

Процесс формирования инфраструктуры в качестве относительно самостоятельной сферы общественного производства прошел ряд этапов, связанных с крупными вехами в общественном разделении труда.

Так, отделение ремесла от земледелия, или второе крупное общественное разделение труда, вызвав появление городов, объективно способствовало усилению продуктообмена между городом и деревней, что вело к развитию объектов инфраструктуры. Третье крупное разделение труда в обществе – отделение торговли от земледелия и промышленности - вызвало дальнейший рост продуктообмена за счет вовлечения в хозяйственный оборот новых территорий, что, в свою очередь, с необходимостью потребовало расширения инфраструктурной сферы.

Сегодня выделяют:

- **производственную** инфраструктуру, обслуживающую производство (транспорт, связь, оптовую торговлю и т. д.),

- **социальную** инфраструктуру – совокупность объектов отраслей сферы обслуживания (транспорта и связи по обслуживанию населения, образования, здравоохранения, социального обеспечения и т. д.), деятельность которых направлена на удовлетворение личных потребностей, обеспечение жизнедеятельности и интеллектуального развития населения, а также

- **инфраструктуру рынка.**

При рассмотрении вопроса о производственной инфраструктуре важно подчеркнуть, что она не производит какой-либо продукт, а лишь создает необходимые условия для его производства."

Инфраструктурные элементы экономики – лишь следствие своеобразных функций, возложенных экономикой на инфраструктуру. Эти функции с течением времени изменяются и все более обособляются от функций основного производства. Поэтому в определении производственной инфраструктуры первичным признаком выступают ее функции, состоящие в обеспечении процесса производства.

Особенностью хозяйственной деятельности предприятий инфраструктуры является то, что результат их деятельности нельзя резервировать или складировать, ибо он проявляется в форме процесса перемещения, хранения, передачи информации и т. д. Не следует характеризовать инфраструктуру как вспомогательную и тем более второстепенную сферу.

Новым видом инфраструктуры является **рыночная инфраструктура**. С развитием рыночного механизма в экономике страны появляется необходимость специализированного вида деятельности по удовлетворению потребностей от специализированного вида деятельности по удовлетворению потребностей отдельных рынков, организованной системы, отражающей спрос и предложение. Появление рынка обусловило возникновение новых организаций, учреждений, обеспечивающих его цивилизованное функционирование.

Классическая инфраструктура рынка включает товарные биржи, фондовые биржи и биржи труда (см. рисунок 1.)

Основные элементы инфраструктуры современного рынка – это:

- ◆ биржи (товарные, сырьевые, фондовые, валютные), их организационно оформленное посредничество;

- ◆ аукционы, ярмарки и другие формы организационного внебиржевого посредничества,

- ◆ кредитная система и коммерческие банки;

- ◆ эмиссионная система и эмиссионные банки;

- ◆ система регулирования занятости населения и центры

государственного и негосударственного содействия занятости (биржи труда);

- ◆ информационные технологии и средства деловой коммуникации;
- ◆ налоговая система и налоговая инспекция;
- ◆ система страхования коммерческого хозяйственного риска и страховые компании;
- ◆ специальные рекламные агентства, информационные центры и агентства средств массовой информации;
- ◆ торговые палаты, другие общественные, добровольные и государственные объединения (ассоциации) деловых кругов;
- ◆ таможенная система;
- ◆ профсоюзы, работающие по найму;
- ◆ коммерческо-выставочные комплексы;
- ◆ система высшего и среднего экономического образования;
- ◆ аудиторские компании;
- ◆ консультативные (консалтинговые) компании, общественные и государственные фонды, предназначенные для стимулирования деловой активности;
- ◆ специальные зоны свободного предпринимательства.

Инфраструктура призвана обеспечить цивилизованный характер деятельности рыночных субъектов, ее элементы не навязаны субъектами извне, а порождены самими рыночными отношениями.

Функции инфраструктуры рынка:

- ◆ облегчать участникам рыночных отношений реализацию их интересов;
- ◆ повышать оперативность и эффективность работы рыночных субъектов на основе специализации отдельных субъектов экономики и видов деятельности;
- ◆ упрощать формы юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики.

Изменение в экономике страны не могут не отразиться на ее структурных институтах: учреждениях, организациях, обслуживающих и взаимосвязывающих отдельные части экономики, в том числе и на инфраструктуре рынка.

Кратко охарактеризуем некоторые элементы инфраструктуры рынка. В период экономики планового типа **кредитная система** действовала в соответствии с условиями того времени, т. е. кредиты выдавались не в связи с нуждами самого предприятия, а по решению органов государственного планирования. В наше время кредитные учреждения развиваются в большем количестве и с разнообразием услуг, необходимых для удовлетворения потребностей предприятий в денежных средствах в период становления рыночной экономики. Бурный рост на рубеже XXI в. получили коммерческие банки, которых не было в плановой экономике, а также специализированные небанковские кредитно-финансовые институты:

страховые компании, пенсионные фонды, инвестиционные и финансовые компании, предлагающие услуги и производящие операции, которые не оказываются коммерческими банками. Такая структура кредитной системы (с учетом функционирования Центрального банка Российской Федерации) отражает потребности рыночного хозяйства, приближаясь к модели кредитной системы развитых стран.

Консалтинговые компании. Здесь работают серьезные специалисты в области теории и практики рынка и бизнеса. По заказам предпринимателей они консультируют по экономическим и юридическим вопросам. Предпринимателям оплата этих консультаций обходится дешевле, чем содержание таких специалистов на фирме. Для России это новое и перспективное дело, поскольку у наших деловых людей пока мало опыта и знаний в области рыночной хозяйственной деятельности. Сейчас создано совместное предприятие Внешконсульт, которое специализируется в области внешнеэкономического консалтинга.

Аудиторские компании. Аудит – это комплексная ревизия финансово-хозяйственной деятельности фирмы, которая позволяет оценить ее возможности на рынке и в сфере бизнеса. Такая проверка имеет характер независимой экспертизы (по инициативе властей, учредителей, управленцев, руководителей фирмы). В настоящее время в России созданы фирмы Мосаудит и Инаудит, их экспертиза – обязательное условие для получения разрешения на внешнеэкономическую деятельность, других лицензий, организации совместных предприятий (СП). Объективность оценок западных аудиторских компаний служит визитной карточкой на внешнем рынке.

Учебные заведения. Раньше в России ни одно учебное заведение не готовило бизнесменов, менеджеров, и понятно, почему. Сегодня таких учебных заведений стало много, но у них есть общий недостаток – крайне малый срок обучения: 2–3 недели, 1 месяц. Зачастую там преподают случайные люди. И все-таки этот элемент инфраструктуры рынка развивается, набирает силу и авторитет.

Существенное значение для развития рынка и формирования рыночной экономики имеют **свободные экономические зоны (СЭЗ)**. Первая СЭЗ появилась в 1959 г в Ирландии. В 70-е гг XX в. наблюдался наибольший расцвет СЭЗ. Темпы занятости в этих зонах за последние 20 лет ежегодно превышали 20%. В русском языке есть несколько терминов, определяющих понятие "свободные экономические зоны"

- ◆ зоны свободного предпринимательства (ЗСП);
- ◆ зоны свободной торговли;
- ◆ экспортно-производственные зоны (ЭПЗ);
- ◆ производственные зоны в регионах;
- ◆ свободные порты;
- ◆ свободные банковские зоны.

Все эти зоны рассматриваются как фактор экономического развития с

привлечением иностранного капитала, предоставлением различных льгот (освобождение от налогов сроком, как правило, на 10 лет; прямые государственные субсидии; беспошлинный ввоз и вывоз товаров; сдача земель в аренду за низкую плату и др.).

В настоящее время в мире насчитывается более 400 СЭЗ (преимущественно в развитых странах). Господствующее положение в СЭЗ занимают транснациональные компании (ТНК) Японии, США и Западной Европы.

Для привлечения иностранного капитала с СЭЗ очень важны: политическая стабильность; отсутствие хаоса, дезорганизации хозяйственных связей; законопорядок, а не война законов; дешевая рабочая сила. У нас многого из этого нет и в настоящее время. Сказывается также отсутствие опыта создания и функционирования СЭЗ. Несомненно, это сдерживает развитие СЭЗ в России.

В советской экономической литературе к инфраструктуре относили *основную торговую сеть*, постоянно действующие ярмарки, аукционы для оптовой реализации товаров, коммерческие банки для обслуживания коммерческих кредитов, складское хозяйство (элеваторы, холодильники), тарное и транспортное хозяйство, всякого рода биржи и информационные службы. В этом случае имеет место расширительное толкование инфраструктуры рынка.

Говоря об организации торговой сети за рубежом, в числе получивших наибольшее распространение и наиболее перспективных объектов следует выделить.

♦ **супермаркеты**, – магазины самообслуживания с преимущественно продовольственным ассортиментом;

♦ **суперонтеры** – перспективные магазины по торговле скоропортящимися товарами, располагающиеся чаще всего вне города;

♦ **конвиннесонтеры** – небольшие магазины с ограниченным ассортиментом продуктов высокой степени готовности (как дополнение к крупному магазину);

♦ **супертриадо** – новая модель крупных магазинов, имеющих современный торговый центр с реализацией высококачественных дорогостоящих товаров, зону супермаркета-склада, зону продажи товаров улучшенного качества;

♦ **драгонтеры** – розничные предприятия с высокой степенью автоматизации операций, где принимают кредитные *дебиторские* карточки;

♦ **магазины-дискаунты** – магазины сниженных цен, реализующие товары среднего качества по сравнительно невысоким ценам, и др.

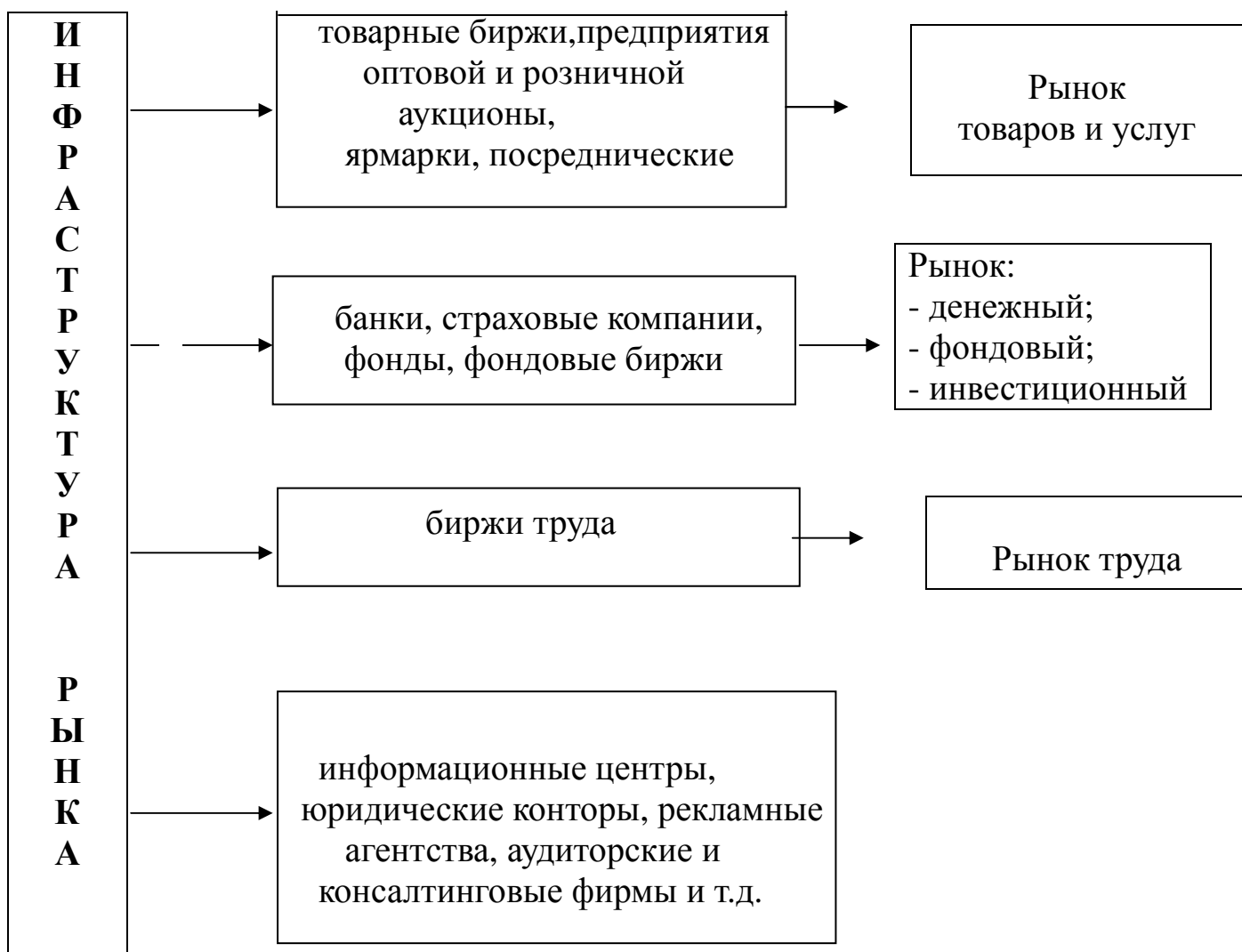


Рис.1. Классическая инфраструктура рынка

Вопросы для контрольных работ

1. Рыночные отношения: сущность, роль, функции и структура
2. Хозяйствующие субъекты и их типы
3. Государство в условиях рынка

4. Торговля и коммерция
5. Действующие лица на бирже
6. Зарождение рынков
7. Инфраструктура товарного рынка
8. Инфраструктура финансового рынка
9. Инфраструктура рынка труда
10. Производственная и социальная инфраструктура
11. Функции рынка

Раздел II. Инфраструктура финансового рынка

Тема 2. ФОНДОВАЯ И ВАЛЮТНАЯ БИРЖИ

- 1. Фондовая биржа и фондовый рынок**
- 2. Участники биржевого рынка, финансовые посредники**
- 4. Сущность биржевой сделки на фондовой бирже**

1. Фондовая биржа и фондовый рынок

Фондовый рынок, или рынок ценных бумаг, представляет собой систему отношений купли-продажи различных финансовых активов или фондовых ценностей. Фондовый рынок подразделяется на первичный и вторичный. Термин "первичный рынок" относится к продаже, первичному размещению вновь выпущенных ценных бумаг с целью получения финансовых ресурсов для эмитента, в качестве которых могут быть правительство, местные органы власти, различные предприятия, организации и т.д. В роли покупателей на этом рынке выступают индивидуальные и институциональные инвесторы, к последним относятся государственные учреждения, инвестиционные и пенсионные фонды, инвестиционные банки, страховые компании, трастовые отделы коммерческих банков, траст-компания и т.д.

После того как ценные бумаги новых выпусков размещены на первичном рынке, они становятся объектом перепродажи. Перепродажа ценных бумаг осуществляется на так называемом *вторичном рынке*.

Как на первичном, так и на вторичном рынках имеется много путей продажи и покупки ценных бумаг. Главным из них является торговля ценными бумагами на фондовой бирже.

***Фондовая биржа** - это организованный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг и других финансовых инструментов. С организационно-правовой точки зрения фондовая биржа представляет собой финансовое посредническое учреждение с регламентированным режимом работы, где совершаются торговые сделки между продавцами и покупателями фондовых ценностей с участием биржевых посредников по официально*

закрепленным правилам. Эти правила устанавливаются как биржевым (Устав биржи), так и государственным законодательством. Следует иметь в виду, что фондовая биржа как таковая и ее персонал не совершают сделок с ценными бумагами. Она лишь создает условия, необходимые для их совершения, обслуживает эти сделки, связывает продавца и покупателя, предоставляет помещение, консультационные и арбитражные услуги, техническое обслуживание и все необходимое для того, чтобы сделка могла состояться.

С точки зрения правового статуса в мировой практике существуют *три типа фондовых бирж*, а именно:

- 1) публично-правовые;
- 2) частные;
- 3) смешанные.

Как *публично-правовая организация* фондовая биржа находится под постоянным государственным контролем. Государство участвует в составлении Правил биржевой торговли и контролирует их выполнение, обеспечивает правопорядок на бирже во время торгов (зачастую и при помощи полиции), назначает биржевых маклеров и отстраняет их от работы и т.д. Публично-правовой тип фондовой биржи распространен, например, в Германии и Франции.

Фондовые биржи как *частные компании* создаются в форме акционерных обществ. Такие биржи абсолютно самостоятельны в организации биржевой торговли. Все сделки на бирже совершаются в соответствии с действующим в стране законодательством, нарушение которого предполагает определенную правовую ответственность. Государство не берет на себя никаких гарантий по обеспечению стабильности биржевой торговли и снижению риска торговых сделок. Этот тип характерен для Англии и США.

Если фондовые биржи создаются как акционерные общества, но при этом не менее 50% их капитала принадлежит государству, они относятся к *типу смешанных организаций*. Во главе таких бирж стоят выборные биржевые органы. Тем не менее, Биржевой комиссар осуществляет надзор за биржевой деятельностью и официально регистрирует биржевые курсы. Подобные биржи функционируют в Австрии, Швейцарии и Швеции.

В нашей стране в соответствии с действующим законодательством фондовые биржи создаются как закрытые акционерные общества и должны иметь не менее 3 членов. Членами биржи могут быть только ее акционеры.

В настоящее время в мире насчитывается около 200 фондовых бирж. В ряде стран существует своя национальная исторически сложившаяся система бирж, определяющая характер функционирования биржевой системы страны в целом и место каждой конкретной биржи в частности.

Различают моноцентрические и полицентрические биржевые системы. В случае *моноцентрической биржевой системы* абсолютно доминирующее положение занимает одна биржа, расположенная в

финансовом центре страны, а остальные фондовые биржи имеют местное значение. Ее примером служит биржевая система Англии, где главенствует Международная Лондонская фондовая биржа, а все провинциальные биржи, лишенные фактической самостоятельности, присоединены к ней. Моноцентрическая модель характерна также для Франции и Японии.

В условиях *полицентрической системы* помимо главной фондовой биржи в стране могут функционировать еще несколько крупных бирж, например, в Австралии, Германии и Канаде.

В США развитие биржевой торговли привело к становлению своеобразной биржевой системы, которую нельзя с полной уверенностью отнести ни к моноцентрической, ни к полицентрической модели. В этой стране при безоговорочном господстве Нью-Йоркской фондовой биржи региональные биржевые институты не превратились в ее придаток, а сохранили свою самостоятельность и устойчиво функционируют в пределах общегосударственной биржевой системы.

Фондовая биржа выступает одним из регуляторов финансового рынка. Основная роль биржи заключается в обслуживании движения финансовых и ссудных капиталов: накапливая и концентрируя эти капиталы, с одной стороны; кредитуюя и финансируя государство и различные хозяйственные структуры - с другой.

Роль фондовой биржи в экономике страны определяется прежде всего степенью разгосударствления собственности, а точнее долей акционерной собственности в производстве валового национального продукта. Кроме того, роль биржи зависит от уровня развития рынка ценных бумаг в целом.

К *основным функциям фондовой биржи* относятся следующие:

- мобилизация и концентрация свободных денежных капиталов и накоплений посредством продажи ценных бумаг;
- кредитование и финансирование государства и иных хозяйственных организаций посредством покупки их ценных бумаг;
- обеспечение высокого уровня ликвидности вложений в ценные бумаги.

Фондовая биржа позволяет обеспечить концентрацию спроса и предложения ценных бумаг, их сбалансированность на основе биржевого ценообразования, реально отражающего уровень эффективности функционирования акционерного капитала.

2. Участники биржевого рынка, финансовые посредники.

Биржевой рынок, как уже отмечалось, является составной частью целостной системы фондового рынка. Ввиду многообразия операций с фондовыми ценностями и многогранности функций, которые могут выполняться разными участниками рынка ценных бумаг, вряд ли представляется возможным дать им единую исчерпывающую классификацию. В

зависимости от характера экономического поведения субъектами рынка ценных бумаг могут быть:

- *эмитенты;*
- *инвесторы;*
- *финансовые посредники.*

Охарактеризуем более подробно отдельных участников рынка ценных бумаг, начиная с эмитентов, поскольку они первыми выходят на рынок, предлагая к продаже собственные ценные бумаги.

Эмитентам ценных бумаг является государство в лице центрального или местного органа власти (управления) или юридическое лицо (предприятие, учреждение, организация, компания), выпускающее (эмитирующее) ценные бумаги и несущее обязательства по ним перед владельцами ценных бумаг. В соответствии с действующим законодательством в РФ эмитентами могут быть государственные органы, органы местной администрации, предприятия и иные юридические лица (включая совместные и иностранные предприятия), зарегистрированные на территории РФ. Непременным условием допуска эмитента на фондовый рынок является государственная регистрация его правового статуса. Порядок государственной регистрации определяется Законом РСФСР "О предприятии и предпринимательской деятельности", Положением об акционерных обществах и другими законодательными актами РФ.

Инвестор - юридическое или физическое лицо, приобретающее ценные бумаги от своего имени и за свой счет. В соответствии с российским законодательством в качестве инвесторов могут выступать не только отечественные юридические и физические лица, но и иностранные. Инвесторы подразделяются на:

- индивидуальные (частные лица);
- корпоративные (предприятия, организации, учреждения и т.д.);
- институциональные (коллективные).

Среди перечисленных групп инвесторов наиболее представительной и влиятельной является группа *институциональных инвесторов*. В качестве институциональных инвесторов могут выступать различные финансовые институты: пенсионные фонды, страховые компании, траст-компании. С одной стороны, они привлекают денежные средства своих клиентов, с другой - значительную часть привлеченных средств без ущерба интересов своих клиентов инвестируют в различные фондовые ценности.

В качестве *институционального инвестора* на рынке ценных бумаг могут быть компании потребительского кредита, кредитные союзы, а также многочисленные инвестиционные фонды. Инвестиционные фонды, выпуская собственные акции и продавая их населению, вкладывают средства, получаемые от продажи собственных акций, в ценные бумаги государства и других предприятий от имени фонда, т.е. формируют собственный портфель

ценных бумаг. Доход инвестиционного фонда зависит от того, насколько эффективно его управляющие формируют инвестиционный портфель и оперируют им.

Доходы по акциям напрямую зависят от величины совокупного дохода инвестиционного фонда, т.е. этот доход после покрытия всех расходов фонда и убытков, связанных с инвестиционным риском, распределяется в качестве дивидендов владельцам акций инвестиционного фонда.

И эмитенты, и инвесторы, как правило, редко выходят самостоятельно на фондовый рынок. Чаще всего они прибегают к помощи профессиональных посредников.

Российское законодательство в качестве основного посредника на фондовом рынке утверждает инвестиционный институт - юридическое лицо, созданное в любой допускаемой Законом РСФСР "О предприятиях и предпринимательской деятельности" организационно-правовой форме и осуществляющее деятельность с ценными бумагами как исключительную.

Инвестиционный институт может осуществлять свою посредническую деятельность на рынке ценных бумаг в качестве:

- финансового брокера;
- инвестиционного консультанта;
- инвестиционной компании.

Кроме того, на рынке ценных бумаг как профессиональные посредники могут выступать и коммерческие банки.

Различные инвестиционные институты выполняют определенные посреднические функции, предусмотренные действующим законодательством.

Финансовый брокер на рынке ценных бумаг выполняет функции при покупке и продаже ценных бумаг за счет и по поручению клиента на основании договора-поручения.

Инвестиционный консультант в сделках с ценными бумагами не участвует, а лишь оказывает клиентам консультационные услуги по вопросам выпуска и обращения ценных бумаг.

Спектр деятельности *инвестиционной компании* более широк: она организует выпуск ценных бумаг и выдает гарантии по их размещению в пользу третьих лиц; вкладывает средства в ценные бумаги, приобретая их от своего имени и за свой счет. Инвестиционные компании формируют свои ресурсы только за счет собственных средств, а свои собственные ценные бумаги они размещают только среди юридических лиц. Инвестиционным компаниям запрещено продавать собственные ценные бумаги населению, но они вправе ему оказывать брокерские и консультационные услуги.

Деятельность *коммерческих банков* в качестве профессионального посредника на рынке ценных бумаг регулируется Законом РФ "О банках и банковской деятельности". Конкретный перечень услуг и операций с ценными бумагами, который осуществляет банковское учреждение, предусмотрен его уставом.

Любой инвестиционный институт может действовать на рынке ценных бумаг как профессиональный посредник только на основании лицензии, выданной ему в порядке государственной регистрации.

Большое число инвестиционных институтов формирует рыночную инфраструктуру фондового рынка, неотъемлемой частью которого является также фондовая биржа.

Участников биржевой торговли ценными бумагами следует отличать от участников биржевых сделок. В фондовой сделке, будь она заключена в биржевом зале или вне его, всегда задействованы три стороны - продавец, покупатель, посредник. В биржевых же торгах участвуют главным образом посредники.

В соответствии с российским законодательством членами фондовой биржи, имеющими право участвовать в биржевых Операциях, могут быть инвестиционные институты, а также государственные исполнительные органы, основной задачей которых является осуществление операций с ценными бумагами.

Операции на фондовой бирже могут осуществляться только ее членами.

В биржевых торгах, помимо брокеров и дилеров, участвует еще и *маклер*, в функции которого входят сбор заявок, их обобщение, классификация, котировка ценных бумаг и объявление их курса.

Существует несколько вариантов взаимодействия продавцов и покупателей с посредниками: один посредник сводит и покупателя, и продавца; продавец обращается к одному, покупатель - к другому посреднику, затем оба посредника встречаются на бирже и т.д.

Вопросы для контрольных работ

1. Фондовая биржа и фондовый рынок.
2. Типы фондовых бирж. Биржевые системы.
3. Функции фондовой биржи.
4. Участники биржевого рынка, финансовые посредники
5. Денежные ценные бумаги.
6. Инвестиционные ценные бумаги.
7. Институциональные инвесторы.
8. Финансовый брокер.
9. Инвестиционный институт.
10. Инвестиционный консультант.

Тема 3: Учреждения страхования

1. Развитие страхового рынка

2. Основные категории и понятия страховой дельности
3. Организационные формы страховой деятельности
4. Виды страхования

1. Развитие страхового рынка

Страховой рынок – это особая социально-экономическая структура, сфера денежного обращения, где объектом купли-продажи выступает страховая защита, формируются спрос и предложение на нее. Объективная основа осуществления и развития страхового рынка заключена в необходимости оказания денежной помощи пострадавшим в случае непредвиденных, неблагоприятных обстоятельств. Иначе говоря, страховой рынок – это форма организации денежного обращения по формированию и распределению страхового фонда для обеспечения страховой защиты общества.

Структура страхового рынка может быть представлена в институциональном и территориальном аспектах. В первом случае страховой рынок представлен совокупностью страховых организаций, которые принимают участие в оказании соответствующих услуг.

Первичным звеном такого рынка выступают **страховые компании**, представляющие собой обособленную структуру, осуществляющую заключение договоров страхования и их обслуживание. Во втором случае страховой рынок может быть охарактеризован как международный страховой рынок, на котором представлены страховые компании разных стран, национальный государственный, региональный (местный) страховой рынок, охватывающий отдельный город, регион, область.

Основными участниками страхового рынка являются продавцы в виде страховых компаний, **страховщиков**, реализующих страховой продукт (страховую защиту), и покупатели в виде физических и юридических лиц, **страхователей**, приобретающих страховой продукт, и посредники в виде маклеров и **страховых агентов**.

Формирование и развитие страхового рынка во всех странах началось с появления такого товара, как **страхование жизни**, которое получило свое развитие к концу XIX века. В тот же период начинают возникать и компании по **страхованию имущества**, но они окрепли и выросли уже в XX веке. **Страхование ответственности** относится к числу более поздних направлений страхового дела, страховых услуг, еще только проникающих на рынок. Это подтверждается тем фактом, **что** на зарубежном страховом рынке и мировом рынках лидируют компании по страхованию жизни. Так, страховой рынок США поделен между пятью тысячами страховых компаний, занятых в основном операциями по страхованию жизни.

По своему организационно-правовому статусу компании являются либо акционерными, которых не много, либо **товариществами взаимного**

страхования (mutuals), которые преобладают. Среди компаний США, входящих в список ведущих мировых компаний, следует назвать «Стейт фарм мьючуэл отомобил иншу-ренс компани», СИГНА, АИГ

Впервые страховой рынок образовался в Англии, где теперь насчитывается более 840 компаний, в основном страхования жизни. Особой известностью обладает синдикат Ллойда. Среди крупнейших компаний выделяются «Ройял иншу-ренс компани LTD», «Меркантайл энд дженерал реиншу-ренс компания - (перестраховочная компания) и «Пруденшиал иншу-ренс компани LTD».

В Германии страховой рынок поделен между 39 страховыми группами. Особенностью страхового бизнеса в Германии является его особо высокая доходность. Выделяется такая компания, как «Альянс АГ Холдинг».

Особый интерес представляет страховой рынок Японии, являющийся объектом жесткой правительственной регламентации (особенно в отношении ставок страховых премий), ограниченностью конкуренции, в силу отсутствия на страховом рынке брокеров. В результате реорганизации страхового рынка в 1947 году действуют 20 компаний по страхованию жизни и 20 компаний общего страхования. Социальное страхование в Японии отсутствует. Наиболее крупными японскими страховыми компаниями являются компания по страхованию жизни «Ниппон лайф иншу-ренс компани», «Мейдзи мьючуэл лайф иншу-ренс», «Дайити мьючу-эл лайф иншу-ренс компани».

Остановимся более подробно на становлении и формировании отечественного страхового рынка.

В России первые страховые компании появились задолго до 1917 года. После революции страховой рынок был монополизирован системой Госстраха. Основными направлениями его деятельности было социальное и имущественное страхование. Социальное страхование в Советской России было установлено в 1917 году в виде страхования по безработице, страхования пенсий, страхования лиц, занятых наемным трудом.

В основном в Советском Союзе преобладало обязательное страхование. Свойственные государственному страхованию консерватизм, бюрократизм, отсутствие гибкости не способствовали развитию добровольного страхования. Люди не осознавали в полной мере необходимости в страховании. Несмотря на рекламу и деятельность страховых агентов, договоров добровольного страхования заключалось немного, а такие виды, как страхование от несчастного случая, иногда переходили в разряд добровольно-обязательных.

Поворотным пунктом в развитии страхового рынка в России, его демократизации стал 1988 год. После принятия Закона «О кооперации» появились страховые кооперативы, малые предприятия, затем и акционерные страховые компании. Практическое отсутствие законодательных ограничений, легкость регистрации страховых компаний, минимальный

необходимый уставный капитал породили страховой бум.

Страховые компании стали расти как грибы после дождя. Появились десятки маломощных страховых компаний, а иногда и единоличные (созданные одним частным лицом) компании с капиталом величиной в 1,5–2 тыс. рублей. Большинство компаний, имевших уставный капитал размером в 1–2 млн. рублей, принимали на себя риск на несколько десятков миллионов.

Особенностью этого периода стала универсализация деятельности страховых компаний, значительное количество видов страхования (до 40–50 видов), появились такие «экзотические» виды, как страхование от похищения инопланетянами, страхование кошек, собак, разводов и т.д. Большинство созданных тогда страховых компаний, не выдержав конкуренции, закрывались либо просто исчезали.

Период с 1988 по 1992 год стал, по существу, начальной, пробной стадией перехода к российскому рынку страховых услуг. Этот этап характеризовался, с одной стороны, указанными явлениями, а с другой попыткой изучить страховой бизнес, научиться работать. Сказалось и то, что большое количество компаний было преобразовано из госстраховских структур.

Начало новому этапу положило принятие закона о страховании. К этому периоду сформировался минимально необходимый опыт работы в новых условиях как у страховщиков, так и у страхователей. Возрастают объемы страхования, сокращаются виды страхования, исчезают «экзотические» виды, происходит объединение страховых компаний, и «уходят» с рынка мелкие компании, в результате чего сокращается количество компаний. В 1995 году их осталось 2300, из которых 54% существовали менее года и только 5% более двух лет к 1999 году их число сократилось до 1490. Увеличивается уставный капитал страховых обществ.

Но, несмотря на положительные сдвиги, в деятельности многих компаний продолжают наблюдаться негативные моменты: чрезмерная коммерциализация, высокие тарифы, отсутствие контроля за использованием средств и состоянием балансов (несмотря на аудиторские, налоговые проверки и проверки Госстрахнадзора), принятие на страхование рисков, не обеспеченных финансовой устойчивостью операций, низкое качество услуг

Медленное формирование страхового рынка в России обусловлено рядом обстоятельств. Крайне недостаточно количество, квалифицированных, грамотных специалистов в области страхового дела. В нашей стране не было «школы страхования», то есть факультетов, вузов, курсов, где бы готовили высококлассных специалистов по страхованию. Постепенно этот недостаток преодолевается, обучение страховому делу приобрело разнообразные формы, увеличивается количество специалистов.

Представляется низким минимальный уставный капитал страховых компаний, который, несмотря на повышение его уровня, все еще не создает

предпосылок устойчивого расширения видов и форм страхования. Из-за этого, например, в России практически нет компаний, занимающихся страхованием профессиональной ответственности.

Преодоление этих негативных явлений связано с укреплением законодательной базы страхования. Приняты законы о медицинском страховании и о налогообложении от страховой деятельности, положение о деятельности Госстрахнадзора, осуществляющего контроль за деятельностью страховых компаний.

Появились в России и общественные организации страховщиков. С 1992 года действует Союз страховщиков России.

Становление нового страхового рынка в России требует, несомненно, ряда лет, поэтому говорить о сложившемся, а тем более, конкурентном страховом рынке преждевременно. Степень его развития в разных регионах различна, и требуется немало времени для более равномерного распределения страховых услуг по всей территории страны. Основная доля страховых компаний приходится на Москву.

Но уже в 90-е годы наметилась тенденция борьбы за клиента, предоставление нетрадиционных видов услуг (например, страхование кредитных, инвестиционных рисков). Осуществлена разработка более привлекательных условий страхования, приняты меры по снижению тарифных ставок, сокращению времени возмещения ущерба. Появились вспомогательные рыночные структуры: посреднические, консультационные, брокерские. Страховые компании в целях уменьшения и выравнивания рисков стали осваивать перестрахование. Определенную помощь в этом оказывает и иностранный страховой бизнес.

2. Основные категории и понятия страховой деятельности.

Страхование - это деятельность по формированию за счет денежных взносов граждан, предприятий, учреждений и организаций страховых фондов с целью возмещения убытков, причиненных в результате негативных, непредвиденных социальных, хозяйственных и природных обстоятельств, а также выплаты денежных сумм при наступлении обусловленных договором страхования событий.

В соответствии с данным определением можно сделать следующие выводы:

Страхование — это экономические отношения, в которых участвуют как минимум две стороны:

а) одна сторона страховая организация, которая называется *страховщик*. Он вырабатывает условия страхования и предлагает их клиентам: юридическим и физическим лицам. Если клиентов устраивают условия, то они подписывают договор страхования и

однократно или регулярно в течение согласованного срока платят страховщику премии (платежи, взносы) в соответствии с договором;

б) другая сторона – юридические или физические лица, которые называются *страхователями* (клиенты). Они страхуют свой собственный интерес или интерес третьей стороны, уплачивают страховые премии и имеют право по договору страхования получить страховое возмещение (компенсацию)

Страхование выполняет следующие *основные функции*:

- функцию риска – связана с определением вероятного наступления страхового случая и сумм страхового ущерба по различным формам страхования; как следствие этого возникает необходимость установления величины страховых платежей;

- предупредительную – связана с использованием части страхового фонда с целью снижения страхового риска,

- сберегательную – связана с накоплением соответствующих средств, необходимых при наступлении страхового случая;

- контрольную – выражает сущность страхования посредством контроля рублем.

Виды страхования:

- социальное;
- имущественное;
- личное;
- страхование ответственности;
- страхование предпринимательских рисков.

Социальное страхование обеспечивает определенные социальные условия жизни населения и, как правило, жестко регламентируется со стороны государства. (Социальные отчисления – 5,4%, обязательное медицинское страхование 3,6%, пенсионное страхование – 2,8%, фонд социальной занятости – 1,5%.)

Имущественное страхование включает материальные ценности граждан и имущество (активы) предприятий и организаций.

Личное страхование включает трудоспособность, здоровье, жизнь.

Страхование ответственности предполагает ответственность страхователей выполнить страховые условия при нанесении ущерба третьим лицам.

Страхование предпринимательских рисков наиболее сложный вид страхования, что связано с трудностями расчета риска. Если ориентироваться на страны с развитой экономикой, следует ожидать развития страхования следующих предпринимательских рисков: коммерческих, недополученной прибыли, рисков по внедрению новой техники и технологий, риска по инвестициям, кредитных, биржевых и валютных рисков.

При страховании рисков возможно перестрахование, т.е. вторичное дополнительное страхование группой страховых компаний. При этом с клиентами имеет дело только одна, головная компания, а другие вступают в экономические отношения не с клиентом, а с головной компанией.

Различают две формы страхования:

1) **обязательную**, которая заключается на основе правовых актов Российской Федерации, определяющих перечень и регламент страхования, и

2) **добровольную** - перечень и регламент определяет непосредственно страховщик исходя из собственных возможностей и спроса клиентов на отдельные конкретные виды страхования.

К терминам страхового бизнеса относятся следующие:

- **страховая защита** ответственность страховщика по отдельным объектам страхования;

- **страховая сумма** размер денежных средств, на которые фактически застраховано имущество, здоровье, риск. Определяется по согласованию сторон и означает максимальный предел выплаты страхового возмещения (компенсации) по убыткам страхователя. Ее размер связан, главным образом, с желанием страхователя застраховать свое имущество полностью по балансовой стоимости, выборочно или сверх - балансовой стоимости по рыночным ценам. Чем выше уровень страховой суммы, тем выше страховой взнос.

- **страховая премия** (взнос) плата страхователя совокупной страховой суммы по тарифу. Страховая премия может быть разовая или многократная в рассрочку. На величину страховой премии влияет: размер страховой суммы, размер страховых тарифов, срок страхования. Если страхователь не оплачивает очередной взнос, то договор страхования считается прекращенным и первоначальные взносы не возвращаются. При досрочном расторжении договора часть страхового взноса может быть возвращена.

- **страховой полис** документ, удостоверяющий факт страхования и дающий право на получение страхового возмещения в случае наступления страхового случая. Типовой страховой полис содержит: наименования субъектов и объектов страхования, перечень страховых случаев, размер страховой суммы, размер страховой премии, начало и конец страхового обращения, срок выплаты страховой компенсации и ответственность страховщика за нарушение этого срока.

3. Организационные формы страховой деятельности

Различают следующие формы страхования:

- а) акционерные компании;**
- б) взаимные страховые компании;**

в) государственные страховые компании;

г) единоличные предприниматели.

В первую очередь выделяют *акционерные компании*, представляющие собой наиболее распространенную форму организации страхования. Капитал таких обществ образуется путем продажи акций либо своим сотрудникам и учредителям (компании закрытого типа), либо всем желающим (компании открытого типа).

Преимущество подобной страховой компании состоит в наличии определенного обезличенного капитала, являющегося в известной степени гарантией для страхователей. Кроме того, значительные размеры капитала акционерных обществ дают возможность расширить зону действия страховых компаний и обеспечить независимое страхование разных объектов, что позволяет в определенной степени снижать риск страхования. Возможность формирования широкой сети агентуры на местах облегчает для страхователя обслуживание его рисков. Страховым компаниям свойственна известная эластичность и приспособляемость к интересам страхователей.

Естественно, что акционерная форма организации имеет и отрицательные стороны. В частности, для таких форм характерно увеличение страховой премии в связи с высокими комиссионными расходами на содержание агентов, проявление строгого формализма в отношении страхователей, обладающих малым экономическим весом.

Акционерные страховые общества заняли ведущее положение не только за рубежом, но и в нашей стране. Среди отечественных страховых компаний преобладают акционерные общества закрытого типа, тогда как за рубежом страховые компании представлены в основном обществами открытого типа. Намечается тенденция перехода к открытому типу страховых обществ и в России.

Наряду с акционерными, распространены взаимные страховые компании, общества. Это особая форма организации применяется исключительно в страховом деле. *Взаимные страховые компании* представляют собой объединение частных лиц, удовлетворяющих потребности в страховании своих членов. Отличительная особенность такой компании состоит в том, что каждый ее участник принимает на себя обязательство внесения определенного взноса в общий фонд.

Первоначально использовался метод распределения общей суммы взносов между участниками компании, то есть причитающаяся к уплате сумма распределялась между всеми членами. Такое распределение, однако, присуще только простым видам страхования при небольших размерах капитала компании. При этом выплата страховой суммы производится после окончательного выяснения всех страховых случаев и получения взносов.

Более популярный способ распределения заключается в предварительном взимании платежей до момента наступления страхового

случая. Такие платежи осуществляются в объеме определенной первоначальной суммы, которая затем увеличивается путем доплаты или уменьшается путем возврата излишней суммы. Возможно также внесение четко определенного, установленного, не меняющегося взноса.

Третью организационную форму страхования представляют **государственные страховые компании**, создающиеся государством и опирающиеся на государственный капитал. Такие формы в современной экономике встречаются довольно редко, в основном при неразвитости страхового рынка, либо там, где необходимо оказание дополнительных, не пользующихся популярностью у страховых компаний страховых услуг. Примером такой государственной компании в России советского периода был Госстрах. Чаще всего, говоря о государственных страховых компаниях, имеют в виду компании, имеющие в своей основе определенную долю государственного капитала (от контрольного пакета до небольшого пакета акций). Такие компании считаются более устойчивыми, надежными в сравнении с негосударственными. Они в определенной мере смелее частных, так как имеют значительный капитал и осуществляют, как правило, более дешевое страхование благодаря государственной поддержке. Обычно занимаются в первую очередь обязательными видами страхования, прочие виды страхования являются побочными видами деятельности.

Существуют в страховом деле **единоличные предприниматели**, которые в основном выступают в роли маклеров, самостоятельных посредников, размещающих договора страхования клиентов у страховых компаний. Особенностью их деятельности является отсутствие прямых, скрепленных договором связей со страховой компанией. В каждом отдельном случае маклер ищет клиентов и договаривается индивидуально со страховой компанией в отличие от страхового агента, имеющего непосредственные связи с компанией, «работающего на компанию».

4. Виды страхования

Наблюдаемое многообразие объектов, подлежащих страхованию, различия в объеме страховой ответственности и категориях страхователей приводит к необходимости классификации страхования, деления его на виды.

Выделяются три основных направления страхования: *страхование жизни (личное)*, *страхование имущества*, *страхование ответственности*. Эти направления в свою очередь представлены разнообразными видами страхования.

Страхование жизни подразделяется на страхование, на случай смерти (пожизненное), страхование на «дожитие», смешанное страхование, страхование пенсий, страхование от несчастных случаев.

Страхование на случай смерти предполагает, что за **страховую премию**, вносимую страхователем в течение всей его жизни или до какого-либо определенного времени, страховщик обязуется при наступлении

смертного случая, когда бы он ни произошел, уплатить установленную заранее страховую сумму. Целесообразность такого страхования стала обоснованной с появлением таблицы смертности. Зная среднюю величину продолжительности жизни для каждого возраста, можно определить размер премии за страхование, достаточной для того, чтобы в случае смерти уплатить определенную сумму. Кроме того, необходимо учитывать и процент, который страховщик желает, рассчитывает получить по этой премии как процент на капитал.

Страхование на дожитие означает, что лицо, платившее страховой взнос и дожившее до определенного заранее установленного возраста, получает от страховщика страховую сумму, в противном случае страховщик выплачивает страховые взносы наследникам. Страховщик по таблице смертности определяет вероятность того, что лицо (страхователь) доживет до данного возраста, и на основе этого рассчитывает страховую премию с тем, чтобы, принимая во внимание и прирост капитала, иметь возможность выдать страховую сумму

Смешанное страхование предполагает одновременное страхование и на случай смерти, и на дожитие до определенного возраста. Страховая сумма при этом выплачивается, и если страхователь дожил до данного возраста, и в случае его смерти.

Тариф такого страхования высок, так как в любом случае выплата страховых взносов и срок взимания премий может быть меньше, чем при страховании на дожитие (существует вероятность того, что человек умрет, не дожив до возраста, который зафиксирован в страховом договоре).

Страхование пенсий предполагает, что страхователь периодически вносит страховщику определенную сумму страховых взносов, а затем, уйдя на пенсию, получает страховую сумму.

Наиболее распространенным в настоящее время является возникшее в XIX веке в Англии **страхование от несчастных случаев**. Различают индивидуальное и коллективное страхование такого вида. Объем ответственности распространяется на разные несчастные случаи. В случае смерти застрахованного лица страховщик выплачивает всю страховую сумму. При полной или неполной потере способности к труду на всю жизнь (инвалидность) страховщиком выплачивается пожизненная пенсия либо производится единовременная уплата страховой суммы. В случае временной потери трудоспособности предусматривается суточное вознаграждение в течение оговоренного в договоре срока.

Порядок платежа определяется ходом наступившей болезни. Пока не станет ясным исход заболевания, платится суточное вознаграждение. Установление полной или неполной потери трудоспособности происходит по итогам специального медицинского осмотра. Но принципы определения этих состояний известны заранее. Например, полная потеря трудоспособности наступает в случае потери зрения на оба глаза, обеих рук,

обеих ног, в остальных случаях имеет место частичная потеря трудоспособности. Но возможны исключения. При потере балериной ноги она считается полностью нетрудоспособной.

Договоры страхования от несчастных случаев заключаются с лицами от 15 до 65 лет, размер премии зависит от возраста, профессии, страховой суммы.

Транспортное страхование представляет разновидность имущественного страхования. Под **транспортным страхованием** понимают как страхование перевозимых грузов, так и тех средств, при помощи которых их перевозят. Страхование грузов получило название «**карго**», страхование транспортных средств «**каска**».

В зависимости от рода пути транспортное страхование делится на сухопутное, речное, морское, воздушное.

В международной практике транспортного страхования выделяют три вида правил страхования и соответственно три вида полисов. Полис английский или Ллойда основан на правилах, которых придерживаются Англия, США, Япония, Канада, Австралия. Немецкий или Гамбургский полис строится на правилах, характерных для Германии, Скандинавии, России. Южный или Марсельский полис распространен в Италии, Испании, Франции.

Особенностью страхования грузов является, во-первых, свободная передача полиса, при которой не требуется никакого заявления, так как страхование совпадает с погрузкой. Во-вторых, возможно страхование груза выше его стоимости, о чем уже говорилось. В-третьих, существуют возможности страхования грузов по так называемому генеральному полису

Генеральный полис представляет договор страхователя со страховщиком о передаче на страхование всех отправляемых грузов данного лица в течение определенного периода времени. При наличии такого договора страхователю требуется только уведомить страховщика об отправке очередной партии груза. Это очень удобно для обеих сторон. Страховщик экономит накладные расходы, связанные с оформлением каждого договора по отправлению. Страхователь экономит время, так как уведомление об отправке возможно и после отправки груза. При необходимости можно прекратить действие генерального полиса до окончания срока его действия, но с предварительным заявлением.

Тарифная ставка при страховании грузов устанавливается в процентах от страховой суммы и зависит от стоимости и вида груза, вида транспортного средства и факторов, характеризующих степень риска.

Страхование каска подразделяется на страхование речных судов, морских судов, самолетов, автомобилей, вагонов.

Особенностью этого вида страхования является его краткосрочный характер. Обычно это годовое страхование при наличии франшизы и ограниченности ответственности. Например, при речном страховании судно

не страхуется от пропажи без вести, за убытки, связанные с буксированием, а при страховании самолетов не страхуются опасность от обветшания, от полетов на приз, а также военные полеты.

К имущественному страхованию относится страхование имущества юридических и физических лиц, находящегося в собственности страхователя либо арендуемого им. Страховщик несет ответственность за прямой физический ущерб, нанесенный имущественным ценностям. Наряду с возмещением убытков страховщик предусматривает проведение мероприятий по предотвращению или снижению потерь, обеспечению сохранности имущества.

Молодой отраслью страхования стало **страхование ответственности**, при котором страховщик возмещает страхователю убытки, связанные с нанесением ущерба третьим лицам или нанесенные третьими лицами, то есть принимает на себя ответственность за отношения к третьим лицам. Такое страхование возникло во Франции в 1830 году. В России страховые компании приступили к страхованию ответственности в 1903 году. В настоящее время страховые компании особо не жалуют этот вид страхования своим вниманием. Преобладающим видом подобного страхования ныне является страхование ответственности за непогашение кредитов. Страхование ответственности подразделяется на ряд видов. Страхование гражданской ответственности состоит в том, что страховщик уплачивает вознаграждение за вред и убытки, нанесенные страхователем третьим лицам. Например, если страхователь-автомобилист сбил пешехода, то страховщик возмещает пешеходу иск, предъявленный им страхователю. **Тариф страховой премии**, выплачиваемой страховщику за страхование, зависит от личности страхователя. Так, в рассмотренном примере тариф зависит от стажа вождения автолюбителя, его умения управлять автомобилем, частоты нарушения им правил движения. Учитываются также обстоятельства аварии.

Страхование профессиональной ответственности распространяется на страхование ответственности работодателей, представляющих работников, перед третьими лицами. Обычно такое страхование является обязательным. Страховщик принимает на себя ответственность за риски, связанные с возможностью случайных телесных повреждений в ходе рабочего процесса, нанесение неумышленного вреда здоровью людей со стороны врачей, автовладельцев, связанные с возможностью причинения материального ущерба людям со стороны государственных служащих, работников сферы услуг, консультантов.

Особенность этой формы страхования заключается в отсутствии срока давности и в установлении франшизы.

Потребность в таком виде страхования обусловлена необходимостью в защите и помощи лицам определенных профессий, возмещения ущерба от несчастных случаев, освобождения от психологического гнета, снижения боязни человека сделать ошибку (такая боязнь часто и ведет к появлению

ошибок).

Страхование риска непогашения кредитов, как ясно из названия, призвано уменьшить опасность последствий невозвращения предоставленного кредита. В качестве страхователей выступают банки-кредиторы, а страховым случаем является несвоевременное погашение (непогашение) кредита одним или сразу несколькими заемщиками. При страховании банком всех кредитов достигается универсализация ответственности страховщика, возникающей в случае любой неуплаты.

Ответственность наступает, если банк в течение 20 дней после установленного срока не получил от заемщика подлежащую возврату, оплате сумму. Обычно страховщик риска непогашения кредитов делит свою ответственность со страхователем, то есть страхует не всю сумму кредита, а ее часть в пределах от 50 до 90% суммы кредита и процента. Такой подход создает гарантию, что банк правильно и полным образом будет оценивать кредитоспособность заемщика, ибо часть риска потерь сохраняется даже при страховании. Кроме того, ограничиваются действия банка по раздаче кредитов всем желающим в силу того же сохраняющегося риска.

Данный вид страхования обычно бывает краткосрочным, на период в один год.

Тарифная ставка, цена страховых услуг зависит от срока пользования кредитом, от уровня риска. После возмещения непогашенной суммы банку права на получение кредита переходят к страховой компании.

Страхование ответственности заемщиков за непогашение кредитов призвано уменьшить риск заемщиков кредитных средств. В качестве страхователя выступают заемщики. Ответственность страховщика наступает, если своевременное и полное погашение кредита заемщиком не произошло в течение 20 дней после наступления срока платежа. Договор заключается на срок действия кредита и предусматривает обычно совместную ответственность страхователя и страховщика. Страховщик принимает на себя от половины до 90% риска потерь, связанных с невозвращением кредита.

Выше рассмотрены наиболее распространенные виды страхования. Существуют и другие виды, встречающиеся реже.

Вопросы для контрольных работ

1. Имущественное страхование.
2. Страхование ответственности.
3. Страхование предпринимательских рисков.
4. Организационные формы страховой деятельности.
5. Обязательное страхование.
6. Добровольное страхование.
7. Страховой риск.

8. Страховой случай.
9. Развитие страхового рынка.
10. Понятие страхового рынка.
11. Специализированные институты.
12. Функции рынка страхования.
13. Основные категории и понятия страховой деятельности.
14. Социальное страхование

ТЕМА 4: Рынок труда

1. Биржи труда и частные посреднические фирмы. Основные направления государственного регулирования рынка труда

2. Профсоюзные организации. Договоры и контракты на рынке труда

1. Биржи труда и частные посреднические фирмы. Основные направления государственного регулирования рынка труда.

Вследствие многообразия внутренних регуляторов рынка рабочей силы, а также в силу социальной важности его эффективного функционирования рынок труда нуждается в квалифицированном регулировании. Представляется, что создание такой действенной системы регулирования в сфере занятости является одной из основных социальных задач проводимых в России реформ.

Можно выделить четыре основных направления *государственного регулирования рынка труда*.

Во-первых, это программы по стимулированию роста занятости и увеличению числа рабочих мест;

Во-вторых, программы, направленные на подготовку и переподготовку рабочей силы;

В-третьих, программы содействия найму рабочей силы и, в-четвертых, программы по социальному страхованию безработицы, т. е. правительство выделяет средства на пособия безработным.

Особое место в системе регулирования рынка труда занимают *биржи труда* (служба занятости, служба трудоустройства, служба содействия найму), являющиеся одной из важных структур рыночного хозяйственного механизма. Они представляют собой специальные учреждения, осуществляющие посреднические функции на рынке рабочей силы. В большинстве стран биржи труда являются государственными и осуществляют свою деятельность под руководством министерства труда или аналогичного ему органа. Вместе с тем на рынке труда наряду с государственными службами занятости функционирует большое число частных посреднических фирм, эффективность деятельности которых очень

высока. В США действует около 15 тыс. таких фирм. Десятки таких фирм действуют уже и в России.

Основными направлениями деятельности бирж труда являются:

- 1) регистрация безработных;
- 2) регистрация вакантных мест;
- 3) трудоустройство безработных и других лиц, желающих получить работу;
- 4) изучение конъюнктуры рынка труда и предоставление информации о ней;
- 5) тестирование лиц, желающих получить работу;
- 6) профессиональная ориентация и профессиональная переподготовка безработных;
- 7) выплата пособий.

Следует подчеркнуть, что в современных условиях в развитых странах большинство граждан трудоустраиваются не через биржи труда, а обращаясь непосредственно в кадровые службы предприятий и организаций или с помощью частных посреднических агентств. Крупнейшая в мире американская компания такого типа «Мэнпауэр» (Manpower), имея 1350 своих отделений в разных странах, содействует найму ежегодно 700 тыс. человек и обслуживает примерно 300 тыс. фирм.

Более активная деятельность в России такого рода частных фирм наряду с деятельностью государственных бирж труда имела бы важное значение для эффективного функционирования рынка рабочей силы. Пока такие фирмы обслуживают в основном относительно узкий рынок дефицитных специальностей. Вместе с тем роль бирж труда в оказании помощи безработным (выплата пособий, трудоустройство, переквалификация) во многих странах весьма заметна. В США такая помощь оказывается ежегодно в среднем 6–8 млн. безработных. В России в 1995 г. в органы государственной службы занятости за содействием в трудоустройстве обратились 3,9 млн. человек. Из них получили работу 1,1 млн. безработных.

Законодательство большинства стран содержит основные условия получения пособия по безработице. В США максимальный срок его получения составляет 26 недель (в некоторых случаях он может быть продлен еще на 13 недель), средненедельное пособие по стране (при довольно больших различиях по отдельным штатам) в 1994 г. равнялось 200 долл.

Законодательное регулирование занятости и безработицы в России осуществляется в соответствии с Законом РФ «О занятости населения в Российской Федерации» от 19 апреля 1991 г., а также Положением о порядке регистрации безработных граждан и условий выплаты пособий по безработице, принятым Правительством РФ 17 ноября 1992 г.

В соответствии с российским законодательством центр занятости, где зарегистрирован безработный, обязан в течение 10 дней со дня обращения

гражданина по возможности предложить ему два варианта подходящей работы, а впервые ищущему работу, не имеющему профессии – два варианта получения профессиональной подготовки или оплачиваемой работы в пределах транспортной доступности.

В случае невозможности предоставления указанным гражданам подходящей работы из-за отсутствия необходимой профессиональной квалификации им может быть предложено пройти профессиональную подготовку или повысить квалификацию по направлению службы занятости. Кроме того, гражданам, ищущим работу, может быть предложено участие в общественных работах на добровольной основе.

Решение о признании граждан безработными принимается центром занятости не позже 11 календарных дней со дня предъявления всех необходимых документов. При этом безработными не признаются те, кто отказался от двух предложенных вариантов работы, а также впервые ищущие работу, отказавшиеся от двух вариантов профессиональной подготовки.

Решение о назначении пособия по безработице принимается центром занятости одновременно с решением о признании гражданина безработным. Размеры пособий по безработице дифференцируются в зависимости от категорий граждан, признанных в установленном порядке *безработными*:

- *уволенным с предприятий* по любым поводам, имевшим до увольнения оплачиваемую работу не менее 12 календарных недель на условиях полного рабочего дня, пособие выплачивается в течение первых трех месяцев в размере 75% среднего заработка за последние два месяца работы, в течение следующих четырех месяцев – 60%, в дальнейшем – 45%, но во всех случаях не ниже минимального размера заработной платы, установленного законодательством РФ, и не выше средней заработной платы в данной республике, крае или области;

- *уволенным с предприятий* на любых основаниях, но не имевшим за последний год 12 недель оплачиваемой работы, пособие выплачивается в размере минимальной заработной платы;

- *гражданам*, ищущим работу впервые, а также стремящимся возобновить трудовую деятельность после длительного (более одного года) перерыва, пособие по безработице выплачивается только в размере установленной законодательством минимальной заработной платы.

Продолжительность периода выплаты пособия по безработице не может превышать двенадцати календарных месяцев в суммарном исчислении. Выплата пособия прекращается в случаях трудоустройства безработного, прохождения профессиональной подготовки, повышения квалификации или переподготовки с выплатой стипендии, назначения ему пенсии.

Государственное регулирование проблем занятости и безработицы в Российской Федерации осуществляет Министерство труда России, а также

его органы на местах – центры и службы занятости (биржи труда). Это же ведомство разрабатывает и реализует общую государственную политику в области труда, развития трудовых отношений на основе социального партнерства, предотвращения и разрешения трудовых конфликтов, охраны труда, подготовки и переподготовки кадров.

Большинство экономистов полагают, что проблема безработицы и других диспропорций на рынке труда может быть смягчена только с помощью комбинации различных средств: стимулирования экономического роста, сокращения рабочей недели, создания эффективной системы переподготовки кадров.

2. Профсоюзные организации. Договоры и контракты на рынке труда

Профессиональные союзы возникли как организации, представляющие общие интересы наемных работников в переговорах с предпринимателями.

Сегодня в развитых странах мира профсоюзное движение пошло на спад. Среди главных причин этого:

1) *изменение характера трудовой деятельности* (сокращение размеров предприятий, появление новых типов фирм с участием работников во владении ими и т. д.);

2) *общий рост благосостояния общества*, позволяющий в этих странах обеспечить наемным работникам условия жизни, о которых в прошлом веке не могли мечтать многие владельцы фабрик.

У всех профессиональных объединений есть общие задачи, важнейшими из которых являются:

- ***улучшение условий труда и обеспечение его безопасности.*** Речь идет о том, что обычно все профсоюзы стараются добиться улучшения санитарно-гигиенических условий труда (например, снижения шумности и запыленности в цехах). Заботит профсоюзы и предоставление льготных условий труда (в частности, сокращенного рабочего дня) подросткам и женщинам (особенно беременным или имеющим маленьких детей).

Наконец, постоянная забота профсоюзов – снижение риска гибели работников на производстве или получения ими травм. Именно под давлением профсоюзов в большинстве цивилизованных стран мира сейчас приняты специальные законы и нормы, регулирующие условия труда и обеспечивающие снижение производственного травматизма.

Но в мире экономики все имеет свою цену. И такая деятельность профсоюзов приводит к реальному удорожанию труда для фирм-покупателей.

Иными словами, чем больше денег работодатель должен тратить на улучшение условий труда, тем дороже ему в итоге обходится каждый работник и тем меньшее их число он может нанять;

- **повышение заработной платы.**

Договоры и контракты на рынке труда

Как же реально идет торг на рынке труда, как оформляются здесь сделки купли-продажи?

XX в. сделал главенствующими на этом рынке два основных механизма оформления торговых операций:

- 1) трудовые **контракты**;
- 2) коллективные договоры (соглашения).

Трудовой контракт – соглашение о содержании и условиях труда, а также о размере его оплаты и иных взаимных обязательствах работодателя и наемного | работника, достигаемое ими в результате индивидуальных переговоров.

Не менее часто, чем индивидуальный контракт, по сей день применяются и коллективные договоры. Такой договор – это документ:

- 1) заключаемый работодателями с организацией, представляющей интересы некоторой группы наемных работников данного предприятия;
- 2) определяющий единые принципы организации и оплаты труда для этой группы работников.

Коллективный договор регулирует и оговаривает самый широкий круг вопросов, от которых зависят условия труда персонала фирмы.

Коллективный договор – это в определенном смысле закон, по которому строятся трудовые отношения в фирме. Хорошо составленный договор регулирует столь широкий круг проблем, что его вполне можно назвать «трудовой конституцией» фирмы.

Для иллюстрации рассмотрим коллективный договор, заключенный в июле 1988 г. между руководством японо-американской автомобильной компании «НьюЮнайтед мотор мэнюфэкчуриг» и профсоюзом.

Итак, этот договор устанавливает:

1. обязательства и ответственность подписавших его сторон, которые для «достижения общей цели поддержания и повышения качества жизни работников и их семей посредством развития компании обязуются: трудиться сообща как одна команда; создать лучший в мире автомобиль с максимально низкой стоимостью»;

2. обязательства руководства компании перед профсоюзом, обязательства профсоюза и работников, в том числе «работать в соответствии с принципами и философией компании; уважать индивидуальные права друг друга, соблюдать разумные стандарты поведения и режим посещаемости»;

3. обеспечение занятости: «Компания согласна впредь не увольнять работников, если только ее к этому не принудит жесткая экономическая необходимость. Прежде чем уволить кого-либо из работников, компания обязуется предпринять корректирующие меры, такие как сокращение жалования администрации»:

- 1) процедуры разрешения трудовых конфликтов и споров;
- 2) порядок перевода работников из одного подразделения компании в другое и из одной смены в другую;
- 3) концепцию бригадной организации труда;
- 4) уровни заработной платы и порядок определения надбавок, компенсирующих рост стоимости жизни из-за инфляции;
- 5) продолжительность рабочего времени и порядок привлечения работников к сверхурочной работе;
- 6) число праздничных дней и длительность отпусков;
 - 7) программу коллективного страхования, страхования здоровья, пенсионного обеспечения, накопления сбережений и порядок формирования резервного фонда;
 - 8) меры по обеспечению безопасности труда;
 - 9) запрещение стачек и локаутов в период действия договора.

Коллективный договор может распространяться на одно предприятие, а может регулировать условия труда, отдыха и социальной защиты работников целой отрасли, территории или всех работников определенной профессии. Такие договоры обычно называют отраслевыми (региональными, профессиональными) трудовыми соглашениями. Высшая форма такого регулирования рынка труда – **генеральное соглашение**.

Генеральное соглашение - документ по итогам переговоров между правительством, объединениями работодателей и профсоюзов, определяющий общие направления изменения условий купли-продажи рабочей силы в целом по стране.

Вопросы для контрольных работ

1. Биржи труда и частные посреднические фирмы.
2. Понятие бирж труда.
3. Понятие рынка труда.
4. Посреднические фирмы.
5. Основные направления государственного регулирования рынка труда.
6. Конъюнктура рынка труда.
7. Виды безработных.
8. Категории безработных.
9. Профсоюзные организации.
10. Договоры и контракты на рынке труда.
11. Стратегия наемных рабочих.
12. Стратегия работодателей на рынке труда.
13. Задачи профсоюзов.
14. Трудовой контракт.

Тема 5: Кредитная система и банки

1. **Сущность банковской системы**
2. **Специализированные кредитно-финансовые институты**
3. **Роль Центрального банка в Банковской системе**
4. **Деятельность коммерческого банка и ее регулирование.
Операции коммерческого банка.**

1. Сущность банковской системы

«Банковская система – это совокупность банков и банковских учреждений, выполняющих свойственные им функции».

Кредитная система в широком смысле слова представляет собой совокупность банковских и иных кредитных учреждений, правовые формы организации и методы осуществления кредитных операций.

«Банк - это особый экономический институт, аккумулирующий денежные средства (вклады), предоставляющий кредиты (займы, ссуды), проводящий денежные расчеты, осуществляющий выпуск денег (эмиссию), ценных бумаг, посредничающий во взаимных платежах и расчетах между государствами, предприятиями, учреждениями и отдельными лицами»

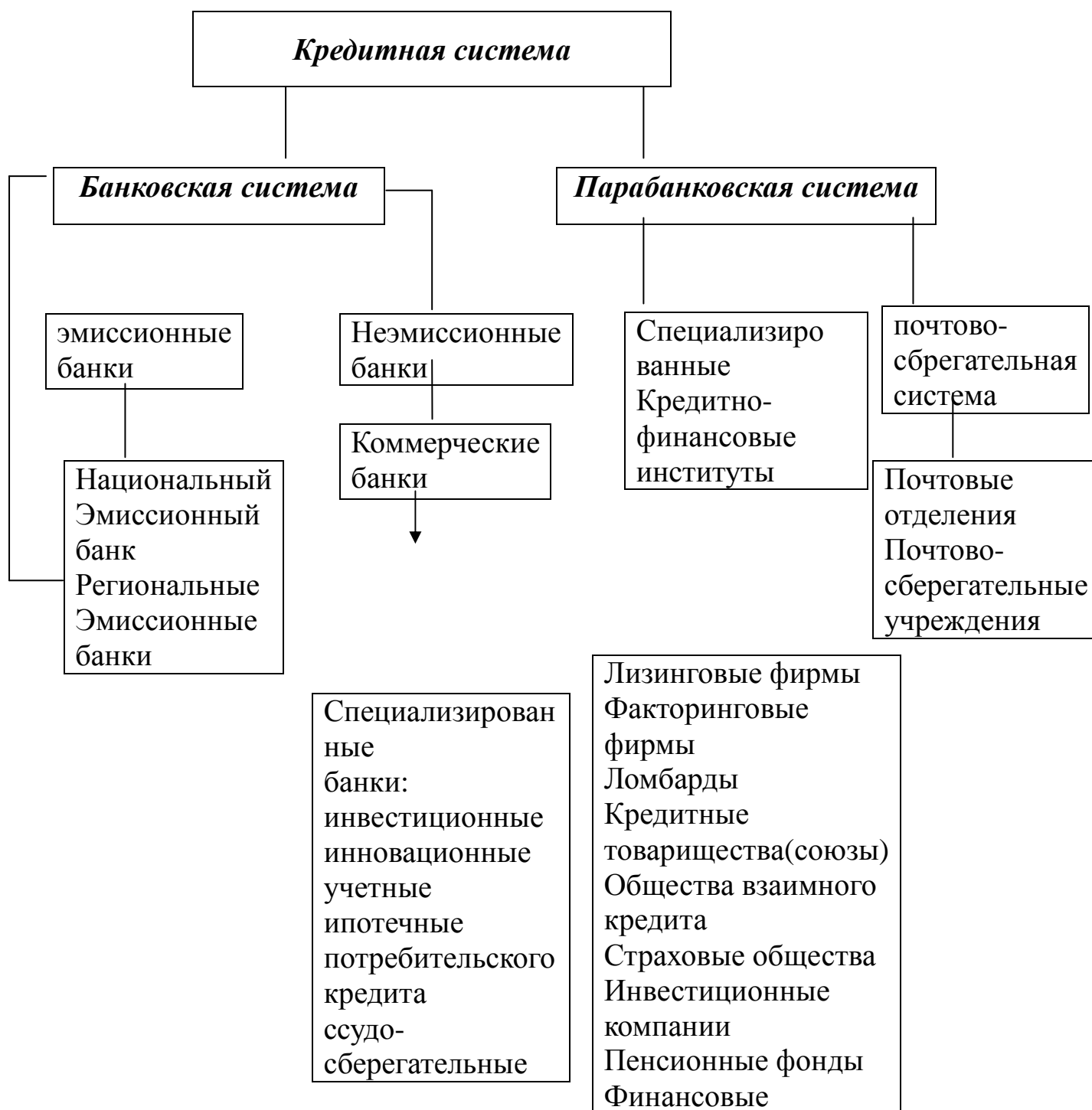
Современные банки - это коммерческие организации, занимающиеся аккумуляцией денежных средств, предоставляющие кредиты, осуществляющие денежные расчеты, выпускающие в обращение денежные знаки, проводящие операции с ценными бумагами, оказывающие различные услуги экономического характера, обслуживающие своих клиентов, выполняющие разнообразные финансовые операции.

В настоящее время происходит развитие кредитной системы, и прежде всего ее функций. Наряду с основной функцией – аккумуляцией свободных денежных средств и превращением их в ссудный капитал – развиваются и другие функции, такие, как прием вкладов и открытие по ним различного рода счетов, организация выпуска акций и облигаций, прием ценностей на хранение, операции в посредничестве в платежах. Кредитная система берет на себя выполнение операций с деньгами отдельных предприятий и организаций, создает такие орудия обращения, которые заменяют сначала золото, а затем и кредитные деньги безналичным расчетом.

Превратившись в звено финансового капитала, кредитная система проникает во все сферы хозяйственной жизни. Если говорить о ее положении в современных условиях, то с полным основанием можно сказать, что ей принадлежит центральное место в экономическом воспроизводстве. Банковская система как стержневая часть кредитной системы по своей формальной организации и централизации представляет

собой самое искусное и совершенное творение, к которому вообще приводит развитие экономических отношений.

Сформировавшаяся кредитная система охватывает два звена или две подсистемы *банковские* и *парабанковские* учреждения, формирующие соответственно банковскую и парабанковскую систему. Банковская система представлена банками и другими учреждениями банковского типа, например учетными домами. Парабанковская система представлена специализированными кредитно-финансовыми и почтово-сберегательными институтами. В целом общая структура кредитной системы схематично представлена следующим образом (рис. 2):



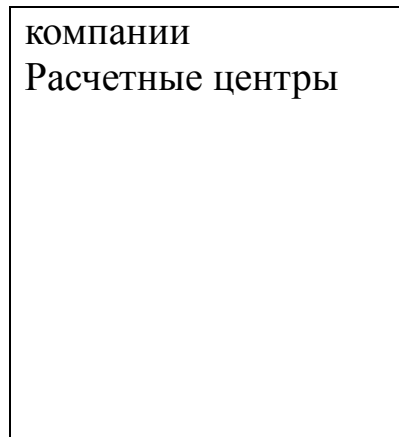
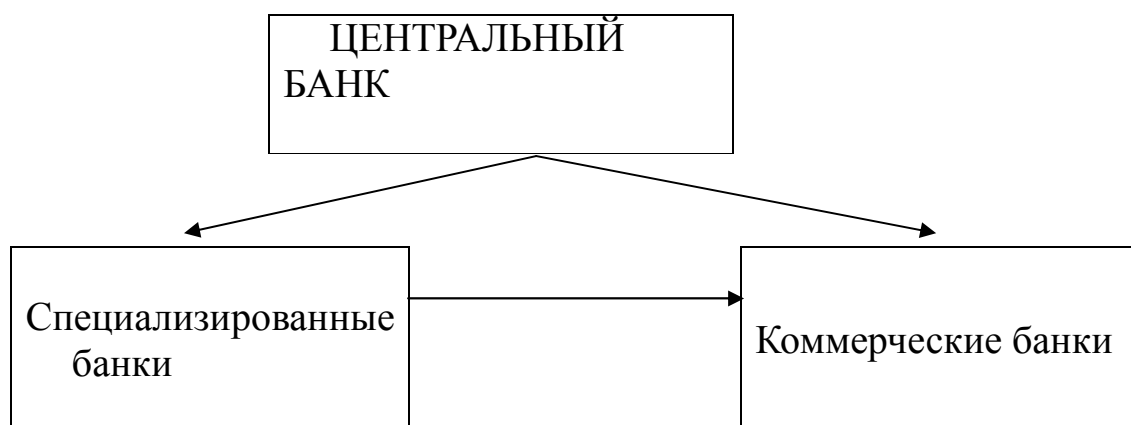


Рис. Структура кредитной системы

В организационном плане предусматривают *однозвенную или двухзвенную* систему. Для развитых стран характерна двухзвенная система, включающая в качестве основного, первого звена **центральный банк**, выступающий в роли организатора и контролера денежного обращения в стране, а в качестве второго звена – самостоятельные, но подконтрольные центральному банку коммерческие и специализированные банки. Схематически двухзвенная система выглядит следующим образом:



При однозвенной системе центральный банк и коммерческие банки находятся на одном уровне, выступая равноправными агентами, либо все банки являются государственными, отделениями центрального банка. Такая система характерна для стран со слаборазвитой экономикой и для стран с тоталитарным режимом.

В рыночной экономике функционируют различные банковские учреждения. Наиболее принята их классификация по признакам формы собственности и характера деятельности.

По форме собственности банки могут быть государственными, частными, акционерными, кооперативными, муниципальными, смешанными (с участием государства) и международными.

Государственный банк – кредитное учреждение, находящееся в собственности государства. Различают три вида государственных банков:

- ***центральные банки;***
- ***государственные коммерческие банки;***
- ***государственные специальные кредитные институты.***

Государственные коммерческие банки обеспечивают проведение политики государства в области кредитования хозяйства, оказывают влияние на инвестиционные, посреднические и расчетные операции, а через них и на экономическое состояние клиентуры. Их основной капитал является государственным.

Государственные специальные кредитные институты обслуживают важнейшие отрасли хозяйства, определяющие положение страны в системе международных экономических отношений, кредитование которых недостаточно выгодно частному капиталу. Они обеспечивают решение текущих и стратегических задач, стимулируют капитальные вложения, внешнеторговую экспансию, осуществляют регулирование сельского хозяйства, проводят государственную региональную политику (инвестиционные банки, внешнеторговые банки, банки для кредитования сельского хозяйства и т.д.). Кроме того, в большинстве западных стран государству принадлежат и сберегательные кассы.

В основе своей современные банки являются ***акционерными банками***, капитал которых формируется в результате продажи собственных акций. Такая форма собственности прогрессивна, так как дает возможность расширения банка посредством дополнительного привлечения денежных средств за счет выпуска акций, создания собственного капитала.

В настоящее время различают следующие виды банков:

Кооперативные банки, капитал которых образуется за счет паевых взносов членов такого кооператива, в настоящее время встречаются довольно редко, что связано с ограниченными размерами капитала, привлекаемого подобным способом.

Муниципальные называют банки, основанные на городском, местном капитале, или находящиеся в управлении города. Основной задачей таких банков является обслуживание потребностей города в банковских услугах.

Международные банки, капитал которых составляет совокупность капиталов разных стран. Примером такого банка являются Всемирный, или Мировой, банк, Международный банк реконструкции и развития.

Инвестиционные банки осуществляют финансирование и долгосрочное кредитование различных отраслей хозяйства, главным образом промышленности, торговли, транспорта, для осуществления капитальных вложений или обслуживают определенные категории клиентов (например, биржевые, кооперативные или коммунальные байки)

Если попытаться сгруппировать систему банков по **характеру экономической деятельности**, то можно выделить: эмиссионные, коммерческие, специализированные банковские учреждения.

Эмиссионный банк – это банк, осуществляющий выпуск денежных знаков, банкнот, являющийся центром и регулятором банковской системы. Чаще всего в роли эмиссионного банка выступает центральный банк страны. Такой банк занимает особое положение в экономике, так как он, по существу, является «банком банков».

Коммерческие банки представляют собой кредитные учреждения, которые осуществляют кредитно-расчетное обслуживание промышленных, торговых и других предприятий, организаций, а также граждан. Свои денежные ресурсы они привлекают в виде вкладов, депозитов или же полученных со стороны кредитов, например от центрального банка либо от других банков (межбанковский кредит), на условиях платы за эти привлеченные заемные ресурсы. Кроме того, коммерческие банки используют собственные денежные средства.

Специализированные банковские учреждения могут заниматься каким-либо определенным видом кредитования, например обслуживанием внешнеэкономической деятельности.

К специализированным банкам относят также и **отраслевые банки**.

Наиболее ярко выражена функциональная специализация банков, так как она принципиальным образом влияет на характер деятельности банка, определяет особенности формирования активов и пассивов, построения баланса банка, а также специфику организации работы с клиентурой.

Акцептные дома специализируются на кредитовании внешней торговли. **Банкирские дома** представляют частные банковские учреждения, занимающиеся учредительской деятельностью, биржевыми спекуляциями, управлением доверительными фондами, торговыми операциями с драгоценными металлами, инжинирингом, кредитованием местных органов власти.

Внешнеторговые банки осуществляют кредитование экспорта, страхование экспортных кредитов. Основные операции **деловых банков** – это финансирование и долгосрочное кредитование промышленных и других фирм, участие в их капиталах.

Депозитные банки выполняют кредитно-расчетные и доверительные операции.

Земельные банки выдают долгосрочные кредиты в основном под залог земли. **Инвестиционные банки**, о которых уже упоминалось, занимаются

выпуском и размещением ценных бумаг среди инвесторов.

Инновационные банки проводят кредитование венчурных (рисковых) операций, связанных с реализацией научно-технических проектов.

Ипотечные банки специализируются на выдаче ссуд под залог недвижимости.

Банки потребительского кредита функционируют в основном за счет кредитов, полученных в коммерческих банках, и выдачи краткосрочных и среднесрочных ссуд на приобретение дорогостоящих товаров длительного пользования.

Сберегательные банки обслуживают население, принимая у граждан вклады, выдавая кредиты и оказывая банковские услуги.

2. Специализированные кредитно-финансовые институты

Упомянутая выше часть кредитной системы, представленная специализированными кредитно-финансовыми и почтово-сберегательными институтами, носит название **парабанковской системы**.

Финансовые организации этой системы отличает ориентация на обслуживание определенных типов клиентуры либо на осуществление в основном одного-двух видов услуг, чаще всего – специфического характера. Их деятельность концентрируется в своем большинстве на обслуживании небольшого сегмента финансового рынка.

Само название «парабанковская система» используется редко, эта своеобразная часть кредитной системы более известна под названием «специализированные кредитно-финансовые институты», что подчеркивает особую форму деятельности этих учреждений.

Для специализированных кредитно-финансовых институтов характерна двойная подчиненность. С одной стороны, будучи связанными, с осуществлением кредитно-расчетных операций, они вынуждены руководствоваться соответствующими требованиями центрального банка. С другой стороны, специализируясь на каких-либо финансовых, страховых, инвестиционных или иных операциях, специализированные кредитно-финансовые институты подпадают под регулирующее воздействие соответствующих ведомств. Тем самым они могут находиться в двойном или даже тройном ведомственном подчинении. Нередко случается так, что нормативные, обязательные для исполнения требования одного ведомства противоречат указаниям другого ведомства, что позволяет или вынуждает кредитные институты лавировать, используя более благоприятные нормативные указания.

Особой разновидностью специализированных кредитно-финансовых институтов являются **почтово-сберегательные учреждения**, формирующие почтово-сберегательную систему. Одним из важнейших и старейших элементов данной системы являются почтово-сберегательные банки,

исторически возникшие как государственные учреждения по привлечению средств мелких вкладчиков. Почтово-сберегательные учреждения через почтовые отделения аккумулируют вклады населения, осуществляют прием и выдачу средств. В последнее время в большинстве стран все большее распространение получают кредитно-расчетные операции почтово-сберегательных учреждений, характерные для банков, все больше стираются грани между положениями банковского законодательства и остальных областей финансового законодательства относительно предмета деятельности и видов услуг, предоставляемых различными кредитными учреждениями.

Среди учреждений парабанковской системы к кредитным можно также отнести *ломбарды, кредитные товарищества, общества и союзы.*

Ломбарды представляют собой кредитные учреждения, выдающие ссуды под залог движимого имущества. Исторически ломбарды возникли как частные предприятия ростовщического кредита. Во многих странах отмечалась тенденция огосударствления ломбардов, придания им «казенного» характера. При этом доля и форма участия государства в формировании капитала и деятельности ломбардов различны. В большинстве случаев в целях осуществления государственного контроля за деятельностью ломбардов они создаются при какой-либо государственной структуре, которая назначает (на определенный срок) управляющего ломбардом. В зависимости от степени участия государства и частного капитала в деятельности ломбардов выделяются государственные и коммунальные, а также частные и смешанного типа (с участием и частного и государственного капитала) ломбарды.

Специализированная функция ломбардов – предоставление потребительского кредита под обеспечение в виде залога движимого имущества, включая драгоценные металлы и камни (как правило, за исключением ценных бумаг). Ломбарды в России выдают в основном краткосрочные (до 3 месяцев) ссуды в размере от 50 до 80% стоимости закладываемого имущества. Практикуются ломбардные операции по хранению ценностей клиентов, а также продажа заложенного имущества на комиссионных началах. Данный круг операций определяет специфику организационной структуры ломбардов: кроме филиалов и отделений крупные ломбарды могут иметь сеть складов и магазинов. Особенность организации кредитных операций состоит в отсутствии кредитного договора с клиентом и залогового обязательства. По большому числу сделок предусматривается льготный срок, по истечении которого заложенное имущество может быть продано.

Кредитные союзы – это кредитные кооперативы, организуемые определенными группами частных лиц или мелких кредитных учреждений. Они могут быть двух типов: 1) организованные группой физических лиц по профессиональному или территориальному признаку в целях

предоставления краткосрочного потребительского кредита, 2) в виде добровольных объединений ряда самостоятельных кредитных товариществ, например ссудо-сберегательных товариществ, обществ взаимного кредита. Капитал кредитных союзов формируется путем оплаты паев, периодических взносов их членов, а также выпуска займов. Основные операции таких союзов: привлечение вкладов, выпуск займов, предоставление ссуд под обеспечение своим членам, учет векселей, торгово-посреднические и комиссионные операции, консультационные и аудиторские услуги для своих членов.

Общества взаимного кредита – вид кредитных учреждений, близких по характеру деятельности к коммерческим банкам, обслуживающим мелкий и средний бизнес. Участниками обществ могут выступать как физические, так и юридические лица, формирующие капитал общества за счет вступительных взносов.

Кредитные товарищества создаются в целях кредитно-расчетного обслуживания своих членов: кооператоров, арендных предприятий, малого и среднего бизнеса, физических лиц. Капитал кредитных товариществ формируется путем покупки паев и оплаты обязательного вступительного взноса, который при выбытии не возвращается. Основные пассивные операции привлечение вкладов и размещение займов; активные – ссудные, комиссионные, торгово-посреднические операции.

Разновидность кредитных товариществ общества сельскохозяйственного кредита (ОСК), учредителями которых выступают отделения центрального, коммерческих и специализированных банков, правительственные структуры, физические и юридические лица. Основное направление их деятельности – содействие и кредитно-расчетное обслуживание сельского хозяйства, кредитование затрат на покупку инвентаря, скота, семян и т.д. Клиентами выступают крестьянские хозяйства, фермеры, а также сельскохозяйственные предприятия. Основные операции товариществ:

краткосрочные и среднесрочные ссуды и прием вкладов, посредническая деятельность. Особенность деятельности ОСК заключается в существенных налоговых льготах.

Финансовыми компаниями называют разнообразные учреждения, кредитующие продажу товаров. Наиболее распространенной формой являются компании по кредитованию продаж в рассрочку потребительских товаров длительного пользования. Они выдают кредит различным торговым фирмам под проданные товары в рассрочку, выкупая обязательства клиентов. Другие компании участвуют в операциях по коммерческому кредиту, предоставляя ссуды промышленным фирмам, отгрузившим товар с оплатой в рассрочку. Есть компании, предоставляющие кредит населению на различные цели.

Страховые компании (общества) это финансовые учреждения, особенностью которых является своеобразная форма привлечения средств – продажа страховых полисов. При размещении средств страховые компании конкурируют с другими финансовыми учреждениями. Главная статья активов, в которые они вкладывают средства, – облигации промышленных компаний, акции, государственные ценные бумаги. Иначе говоря, они предоставляют долгосрочные кредиты.

Пенсионные фонды представляют собой кредитные учреждения, занимающиеся прежде всего формированием пенсионного фонда и выдачей пенсий. Полученные денежные средства вкладываются главным образом в ценные бумаги промышленных компаний.

Инвестиционные компании размещают среди мелких держателей свои обязательства и используют полученные средства для покупки ценных бумаг различных отраслей.

3. Роль центрального банка в банковской системе

Центральный банк – чаще всего государственный банк, хотя в некоторых странах он является коммерческим, акционерным банком, где главным акционером выступает государство (например, Швейцарский банк). Особую структуру имеет центральный банк США, называемый FRS (Федеральная резервная система), состоящий из 12 штатных центральных банков. В России Центральный банк – *государственный*.

Основные *задачи* Центрального банка состоят в проведении политики государства в области денежного обращения, кредита и расчетов, обеспечении устойчивой покупательной способности денежной единицы, регулировании и контроле деятельности коммерческих банков, хранении золотовалютных резервов.

Регулирование объема и структуры денежной массы в обращении осуществляется Центральным банком путем изменения объема предоставляемых банкам кредитных ресурсов, покупки и продажи ценных бумаг и иностранной валюты, именуемых операциями на открытом рынке.

Центральный банк устанавливает и изменяет нормы обязательных резервов, которые коммерческие банки должны держать в Центральном банке, проводя политику минимально допустимых резервов. Главный банк страны оказывает регулирующее воздействие на банковские процентные ставки по кредитам, устанавливая свою так называемую учетную ставку (ставку рефинансирования), по которой он сам предоставляет кредиты. Учетная ставка оказывает воздействие на ставки процента, по которым выдают кредиты банки второго уровня.

Центральный банк организует расчеты между коммерческими банками через корреспондентские счета, которые открываются этими банками в расчетно-кассовом центре (РКЦ) Центрального банка.

Центральному банку принадлежит исключительное право выпуска в обращение и изъятия из обращения денежных знаков. В связи с этим он организует изготовление, перевозку и хранение денежных знаков, создает их резервный фонд и определяет порядок замены поврежденных денежных знаков, осуществляет уничтожение устаревших денежных знаков, а также устанавливает признаки платежности денег.

Регулирование и контроль за деятельностью коммерческих банков Центральный банк осуществляет на всех этапах их деятельности, начиная от лицензирования и заканчивая лишением того или иного коммерческого банка лицензии на банковскую деятельность.

В целях обеспечения устойчивой работы коммерческих банков и защиты интересов кредиторов Центральный банк устанавливает ряд обязательных нормативов деятельности коммерческих банков. В число таких нормативов входят:

- минимальный размер уставного капитала,
- предельное соотношение между размером собственных средств и суммой активов этих банков,
- показатель ликвидности баланса,
- размер обязательных минимальных резервов, которые размещаются коммерческими банками в Центральном банке, а также предельно допустимые размеры риска на одного заемщика. Коммерческие банки обязаны предоставлять финансовые отчеты и финансовые документы Центральному банку.

Центральный банк осуществляет следующий обширный **круг операций**: предоставляет кредит правительству (Министерству финансов) на принципах срочности, платности и возвратности в пределах тех лимитов, которые устанавливают законодательные органы:

- выдает кредиты другим банкам на срок по соглашению,
- покупает и продает векселя, а также ценные бумаги, выпускаемые правительством,
- предоставляет кредиты на срок, под залог векселей, ценных бумаг;
- покупает и продает иностранную валюту и платежные документы в иностранной валюте, которые выставляют российские и иностранные банки;
- участвует в отечественных и иностранных кредитных организациях (в виде такого участника он может инвестировать средства как в отечественной, так и в иностранной валюте);
- устанавливает официальный курс рубля к денежным единицам иностранных государств; осуществляет расчетное и кассовое обслуживание государства, коммерческих банков и, в порядке исключения, отдельных организаций.

Все эти операции соответствуют деятельности Центрального банка как эмиссионного, кредитного и расчетного центра страны.

Деятельность коммерческих банков и ее регулирование.

Операции коммерческих банков

Коммерческие банки, как ясно из предыдущего изложения, обслуживают предприятия, организации и учреждения, физических лиц и выступают в качестве представителей второго уровня банковской системы.

Банковская деятельность – это мобилизация денежных средств, для хозяйственного строительства, сосредоточение временно свободных средств для их производственного использования.

В **задачу** коммерческих банков входит предоставление кассовых, платежных, инвестиционных и страховых услуг, обеспечивающих компаниям и фирмам финансирование производственного или торгового цикла, достижение их текущих и стратегических задач, гарантию долгосрочного функционирования. Индивидуальным клиентам коммерческие банки обеспечивают повседневное эффективное и надежное кредитно-финансовое обслуживание, способствующее достижению долгосрочных индивидуальных целей. Взаимодействие коммерческих банков с Центральным банком дает возможность осуществления планомерного контроля за состоянием финансовой системы страны. Кроме того, коммерческие банки представляют собой один из инструментов проведения государственными органами, правительством эффективной экономической политики.

Банковская деятельность проявляется в выполнении определенных функций, в число которых входят:

- организация безналичного оборота и налично-денежного обращения, кредитование хозяйства,
- финансирование капитальных вложений и капитального ремонта основных средств,
- аккумуляция средств, для кредитования и финансирования, расчетно-кассовое исполнение государственного бюджета,
- организация сбережений населения.

Важной функцией коммерческих банков является выдача средств на финансирование инвестиций по поручению владельцев и распорядителей этих средств.

Банки могут также выпускать платежные документы, ценные бумаги, чеки, векселя, акции, облигации, аккредитивы, покупать, продавать и хранить платежные документы и ценные бумаги, выдавать поручительства, гарантии за третьих лиц, приобретать право требования на поставку товаров и оказание услуг, принимать риски при исполнении таких требований.

Коммерческие банки могут также осуществлять валютные операции, покупать как внутри страны, так и за рубежом драгоценные металлы, камни, изделия из них.

Наконец, они выполняют различные комиссионные операции, в том числе привлекают и размещают средства, осуществляют управление ценными бумагами по поручению своих клиентов и оказывают консультационные услуги по вопросам ведения операций в банке, организации кредитования и по другим интересующим клиентов банка проблемам.

Коммерческие банки, являясь составной частью единой банковской системы, должны обеспечивать кредитными ресурсами своих клиентов и программы социально-экономического развития страны, региона, способствовать развитию приоритетных отраслей экономики.

Различные коммерческие банки осуществляют **межбанковские операции**. На договорных началах они могут привлекать и размещать друг у друга денежные средства в форме депозитов, получать кредиты и совершать другие взаимные операции. При недостатке ресурсов для кредитования коммерческие банки обращаются за получением кредитов в «банк банков» – Центральный банк.

Все предприятия, учреждения и организации свободны в выборе банка для кредитно-расчетного обслуживания. Это значит, что каждая организация и предприятие могут с учетом своих удобств и конкретных задач свободно выбирать то учреждение банка, которое, по их мнению, лучше будет их обслуживать, ближе расположено и обладает достаточной финансовой устойчивостью.

Коммерческие банки полностью самостоятельны в проведении кредитной политики, но они не обладают правом денежно-кредитной эмиссии и выдают кредиты лишь в пределах реально привлеченных ресурсов.

Операции коммерческих банков

Совокупность типичных процедур, работ, выполняемых коммерческими банками, называют их **операциями**.

Операции коммерческих банков делятся на две большие группы:

1. Пассивные операции направлены на мобилизацию, привлечение банком денежных средств со стороны, от других организаций и лиц. К ним относятся:

а) вклады (депозиты) до востребования, помещаемые в банки, предоставляют возможность свободного использования владельцем своих денежных средств. Для банков эти вклады являются минимально прибыльными, так как неопределенность сроков, когда денежные средства будут изъяты, не позволяет размещать их в высокоприбыльные активы, долгосрочные активы.

б) срочные вклады характеризуются привлечением денег на определенный срок. Этот срок может быть кратким, составляющим обычно месяц, 3 месяца, 6 месяцев, год, либо долгим, превышающим 1 год. Для банка этот

вид депозита более прибылен в сравнении со вкладами до востребования, что дает ему возможность выплачивать по срочному вкладу более высокий процент. Особенность этого вклада состоит в необходимости изъятия всей суммы вклада целиком, а не частями. В случае досрочного снятия денег со срочного вклада уменьшается выплачиваемый процент либо налагаются штрафные санкции. При досрочном изъятии такого вклада необходимо предварительно уведомить банк о снятии денег.

в) сберегательные вклады. Такие вклады открываются уже не просто с целью хранения, а в большей степени для накопления денег, так как они в отличие от срочных предполагают возможность постоянного привнесения на них денежных средств. Но изъятие подобных вкладов без потери процента возможно только в полном объеме, либо при достижении определенного срока, или когда величина накопленного вклада достигнет заданной, заранее оговоренной суммы. Процент по сберегательному вкладу зависит не только от срока нахождения денег в банке, но и во многом от суммы на вкладе. Проценты по сберегательным вкладам могут быть несколько выше, чем по срочным.

г) операции с депозитными сертификатами. Депозитные сертификаты представляют собой симбиоз ценных бумаг и срочных вкладов. Банк продает депозитный сертификат на определенный срок и выплачивает по нему процент, вернуть сертификат в банк можно только по истечении его срока (в отличие от срочного вклада, который в принципе можно забрать в любое время, но с потерей процентов). Это достаточно выгодная для банка операция, так как в этом случае банк полностью уверен, что владельцы денежных средств в виде депозитных сертификатов не придут раньше срока и, следовательно, нет надобности резервировать сумму для преждевременной выплаты. В последнее время сертификаты выпускаются как именные (в меньшей степени), не имеющие обращения на вторичном рынке, и неименные, имеющие возможность обращения на вторичном рынке. При необходимости владелец неименного сертификата может его продать, но не банку-эмитенту, а другому лицу, желающему приобрести этот сертификат. Это свойство и сближает депозитный сертификат с ценными бумагами. Депозитные сертификаты, называемые также сертификатами денежного рынка, получили широкое распространение в силу снижения риска досрочного изъятия для коммерческих банков и выгоды использования для вкладчиков благодаря более высокому приносимому доходу. Для физических лиц в России выпускаются сберегательные сертификаты.

2. Активные операции заключаются в размещении имеющихся у банка денежных средств, вложении их в дело, предоставлении другим организациям, лицам. *Активные операции* банков можно охарактеризовать как деятельность, направленную на размещение имеющихся у банка ресурсов. Основным направлением использования средств является

предоставление кредитов хозяйству, государству, населению, то есть банковское кредитование.

Вопросы для контрольных работ

1. Сущность банковской системы.
2. Специализированные кредитно-финансовые институты.
3. Банковская система.
4. Парабанковская система.
5. Почтово-сберегательная система.
6. Роль Центрального банка в Банковской системе.
7. Государственный банк.
8. Эмиссионный банк.
9. Задачи ЦБ.
10. Функции ЦБ.
11. Деятельность коммерческого банка и ее регулирование.

Тема 6: Внебюджетные фонды

1. Понятие внебюджетных фондов, их значение

2. Фонд государственного социального страхования и Пенсионный фонд

Внебюджетные фонды выступают одним из звеньев общегосударственных финансов. В нашей стране уже действуют фонд государственного социального страхования, Пенсионный фонд, Государственный фонд занятости населения и т.д. Принято решение об образовании дорожных фондов России, фондов здравоохранения Российской Федерации и др. Внебюджетные фонды помогают решать стоящие перед экономикой задачи обеспечения подъема производства, преодоления временной стагнации и неустойчивости, кризисных явлений.

Переход к рыночным отношениям в нашей стране осложняется глубоким кризисом, поразившим практически все сферы и отрасли экономики. Базовые отрасли народного хозяйства требуют замены изношенного оборудования, реконструкции и расширения основных производственных фондов; легкая и пищевая промышленности фактически нуждаются в своем возрождении; существует огромная потребность в поддержке и развитии сельского хозяйства и связанной с ним перерабатывающей промышленности и т.д. Все это сопровождается нарастанием кризиса в финансовой области: растут темпы инфляции, увеличивается дефицит бюджетов, огромных размеров достигнут внутренний и внешний долг страны. В этих условиях стремительно падает жизненный

уровень народа, особенно социально незащищенных его слоев.

Таким образом, существует реальная потребность в значительных объемах финансовых ресурсов и целесообразность их концентрации на государственном (территориальном) уровне, ибо предполагаемые к проведению мероприятия отвечают общим социально-экономическим, межотраслевым, межреспубликанским и т.п. интересам.

Наиболее известной формой организации финансовых ресурсов в общегосударственном (территориальном) масштабе выступают государственный и местные бюджеты. Но ряд факторов обуславливает целесообразность параллельного использования и другой формы - *внебюджетных фондов*.

Ограниченность финансовых ресурсов в любой момент вызывает необходимость перераспределения финансовых ресурсов. Потребность в перераспределении существенно возрастает при сложном финансовом состоянии экономики. Государственный бюджет во многом способствует мобильности средств благодаря незакрепленности доходов. За конкретными видами расходов. Однако нельзя допустить излишних переливов средств по статьям расходов; в частности, особую заботу вызывают социальные потребности, ибо всегда существует опасность урезания расходов именно на эти цели. Поэтому очень важно определить наиболее острые участки развития и обеспечить целевое направление и использование поступающих средств.

Решение названной задачи может быть достигнуто двумя способами: выделением из государственного или местного бюджетов определенной целевой части или образованием по решению законодательного органа нового внебюджетного фонда с конкретным назначением. Сейчас используются оба способа. В соответствии с первым в составе бюджетов Российской Федерации вычлняются, например, земельные фонды.

Динамичное изменение экономической обстановки нередко предопределяет необходимость принятия достаточно быстрых управленческих решений, в том числе и в области перераспределения финансовых ресурсов. Между тем использование бюджетных средств регламентируется законодательными органами власти, тогда как внебюджетных фондов - исполнительными органами. Следовательно, во втором случае существует реальная возможность расходования средств внебюджетных фондов в более оперативном режиме.

Кроме того, бюджет, утверждаемый в виде Закона, предполагает парламентский контроль; внебюджетные фонды не подлежат непосредственному контролю со стороны законодательных органов, в том числе в части строгого соответствия сумм расходования средств ранее утвержденным показателям. Это также повышает оперативность реагирования внебюджетных фондов на экономическую обстановку.

Немаловажным фактором, обуславливающим целесообразность

образования внебюджетных фондов, выступает и дефицит бюджета. Превышение расходов над доходами требует не только изыскания дополнительных финансовых ресурсов для покрытия, но и перегруппировки средств, поступающих от предприятий, организаций, учреждений и населения в покрытие определенных видов расходов.

Наконец, многообразие форм собственности и хозяйствования диктует необходимость применения новых методов перераспределения денежных средств в обществе наряду с бюджетными методами.

Таким образом, внебюджетные фонды – это форма перераспределения и использования финансовых ресурсов, привлекаемых государством для финансирования некоторых общественных потребностей и комплексно расходуемых на основе оперативной самостоятельности. В западных странах число таких фондов колеблется от 30 до 80. В зависимости от целевого назначения внебюджетные фонды делятся на: *экономические и социальные*, в соответствии с уровнем управления – на *государственные и региональные*. С помощью внебюджетных фондов возможно:

- влиять на процесс производства путем финансирования, субсидирования, кредитования отечественных предприятий;

- обеспечивать природоохранные мероприятия, финансируя их за счет специально определенных источников и штрафов за загрязнение окружающей среды;

- оказывать социальные услуги населению путем выплаты пособий, пенсий, субсидирования и финансирования социальной инфраструктуры в целом; предоставлять займы, в том числе зарубежным партнерам, включая иностранные государства.

Организация функционирования внебюджетных фондов находится в ведении государственных органов власти - центральных, республиканских и местных. Порядок их формирования и использования регламентируется соответствующим законодательством.

Источники формирования внебюджетных фондов во многом предопределяются характером и масштабностью задач, для реализации которых они создаются. На разнообразие источников и их величину оказывает влияние экономическое и финансовое положение страны на том или ином этапе развития.

Таким образом, источники формирования внебюджетных фондов имеют как относительно постоянный, так и временный характер. Они могут быть разными на территории государства, различаясь по административно-территориальным единицам.

Направление расходования средств, поступающих во внебюджетные фонды, обуславливается назначением фондов, конкретными экономическими условиями и содержанием разработанных и реализуемых программ. Часть средств направляется на учредительскую деятельность, а

также вкладывается в ценные бумаги. Внебюджетные фонды могут выступать инвесторами и участниками финансового рынка в связи с тем, что, во-первых, нередко использование денежных средств не совпадает со временем их образования, а, во-вторых, доходы от инвестиций являются дополнительными источниками финансирования затрат соответствующего фонда.

Внебюджетные фонды по основным направлениям своей деятельности освобождены от уплаты налогов, государственных и таможенных пошлин.

Правом образовывать внебюджетные фонды обладают как *федеральные власти, так и республиканские и местные органы*. Внебюджетные фонды, создаваемые на федеральном уровне, как правило, характеризуются выделением части, передаваемой в распоряжение территориальных властных структур. Это достигается путем определения доли налогов, поступающих в республиканский, областной и местные внебюджетные фонды. По такому типу строятся Пенсионный фонд, Фонд государственного социального страхования, государственный фонд занятости населения и другие. На региональном уровне формируются свои внебюджетные фонды за счет местных источников. Среди них можно выделить: фонды развития территорий, фонды природоохранных мероприятий, фонды социальной поддержки малоимущих слоев населения, валютные фонды.

Целевые внебюджетные фонды находятся, как правило, в распоряжении государственных органов власти, но оперативное управление ими осуществляется различным, в том числе специально созданным административным аппаратом. Управленческие структуры имеют определенные права и обязанности по использованию фондов, оговоренные законом.

2. Фонд государственного социального страхования и Пенсионный фонд

Различные виды материального обеспечения лиц, не участвующих в трудовом процессе, финансируются из соответствующих фондов социального обеспечения. Ведущими среди них являются фонды *государственного социального страхования и Пенсионный фонд*.

Фонд государственного социального страхования - централизованный фонд денежных ресурсов общегосударственного назначения, распределяемый как в территориальном, так и в отраслевом разрезах. Создается он страховым методом с обязательным участием средств предприятий и организаций разных форм собственности и лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью.

Источники образования фонда разные. Ими являются: страховые взносы предприятий и организаций; средства государственного бюджета; поступления за путевки в санатории и дома отдыха, реализуемые по линии

социального страхования; прочие доходы.

Величина страховых взносов предприятий и организаций определяется как произведение установленного процента (тарифа) к фонду заработной платы рабочих и служащих. Тарифы страховых взносов устанавливаются правительством на определенный период по каждому профессиональному союзу с учетом условий труда и состава работающих. Размер тарифов должен обеспечить достаточные поступления для покрытия запланированных расходов. Специальные тарифы установлены для страхователей, которыми являются отдельные граждане, использующие труд привлеченных лиц, а также религиозные организации, если трудовой договор с работниками заключен при участии профсоюза.

Каждое предприятие или учреждение уплачивает страховые взносы по тарифу того профессионального союза, на обслуживании которого находятся его рабочие и служащие. Страховые взносы начисляются с большинства видов выплачиваемых вознаграждений, таких как основная заработная плата, премии независимо от источника выплаты; заработная плата и доплаты за работу в сверхурочное время, выходные и праздничные дни и др. В то же время страховые взносы не начисляются на единовременные выплаты из фонда заработной платы и фондов поощрения, премии и вознаграждения за открытия, изобретения, создание и внедрение новой техники.

Взносы по социальному страхованию являются элементом расходов по воспроизводству трудовых ресурсов, используемых предприятиями и организациями и отражаемых в издержках. На предприятиях, функционирующих на коммерческих началах, взносы включаются в себестоимость продукции, работ и услуг и возмещаются из выручки. В организациях торговли они отражаются в составе издержек обращения. В бюджетных учреждениях отчисления на социальное страхование предусматриваются по соответствующей статье финансового плана.

Наличие в составе доходных источников фонда социального страхования средств государственного бюджета обусловливается недостаточностью поступлений от предприятий и организаций вследствие высоких темпов роста объема выплат по социальному страхованию. За последние десятилетия прослеживается устойчивая тенденция существенного опережения выплат по социальному страхованию и по сравнению с темпами роста других расходов из общественных фондов потребления.

Таким образом, средства государственного бюджета фактически выполняют роль компенсационных платежей предприятиям и организациям по возмещению затрат на воспроизводство трудовых ресурсов. Это позволяет ограничить удорожание факторов производства, рост цен и поддерживать определенный уровень рентабельности по отраслям народного хозяйства. Однако нельзя не видеть и другой стороны данного явления. Практика использования ресурсов государственного бюджета для

формирования фонда социального страхования сдерживает обоснованное увеличение взносов предприятий и организаций. В результате занижаются фактические издержки производства, искажается действительная величина прибыли, что крайне затрудняет. Создание эффективной системы налогообложения. Кроме того, в условиях дефицита государственного бюджета привлечение его средств в фонд социального страхования сужает базу финансирования других необходимых расходов. Поэтому по мере развития рыночных отношений выплаты льгот по социальному страхованию должны покрываться преимущественно за счет ресурсов предприятий и организаций. Наряду со страховыми взносами граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, это позволит формировать фонд социального страхования без привлечения дотаций из государственного бюджета.

Предусмотренные в составе себестоимости взносы предприятий организаций, учреждений и кооперативов распределяются между Пенсионным фондом и Фондом социального страхования. Пропорция распределения устанавливается правительством по согласованию с Советом Всеобщей конфедерации профсоюзов (ВКП).

В условиях рыночной экономики тарифы отчислений на социальное страхование должны периодически пересматриваться по мере изменения расходов на воспроизводство трудовых ресурсов. Привлечение средств государственного бюджета для формирования фонда социального страхования должно носить разовый характер - в случае проведения крупных мероприятий по повышению жизненного уровня нетрудоспособных в общегосударственном масштабе или в рамках крупных отраслей и регионов.

Поступления от продажи путевок определяются исходя из их количества, стоимости и размера оплаты членами профсоюза. Сумма этого источника фонда социального страхования планируется исходя из данных за последние три года и ожидаемого исполнения соответствующих показателей за текущий год.

Среди прочих доходов наиболее значительными являются:

- поступления от предприятий и организаций в порядке возмещения расходов на пособия по временной нетрудоспособности от трудового увечья или профзаболеваний;

- пени за неуплату в установленный срок страховых платежей; штрафы, налагаемые инспекторами труда на должностных лиц за нарушение законодательства о труде и правил техники безопасности.

Средства фонда социального страхования расходуются на выплату различных пособий (по временной нетрудоспособности, беременности и родам, единовременных при рождении ребенка, на погребение), финансирование санаторно-курортного обслуживания трудящихся, материального обеспечения деятельности профсоюзов, направленную на

защиту интересов трудящихся. Основная доля расходов этого фонда приходится на выплату пособий.

Пособие по временной нетрудоспособности выдается работнику при утрате трудоспособности вследствие болезни, увечья, болезни члена его семьи, а также в других случаях. Размер пособия зависит от продолжительности трудового стажа, причины появления нетрудоспособности. Если нетрудоспособность появилась в результате трудового увечья или профессионального заболевания, пособие выдается в размере полного заработка независимо от непрерывности стажа работы.

Пособие по беременности и родам имеет целью обеспечить охрану здоровья матери и ребенка. Предоставляется оно в сумме полного заработка (независимо от трудового стажа) в период отпуска по беременности и родам.

Пособие на рождение ребенка предназначается для компенсации возникающих дополнительных расходов. По социальному страхованию выплачиваются также пособия на детей малообеспеченным семьям, по уходу за ребенком до достижения им определенного возраста, на погребение.

Пособия на детей малообеспеченным семьям назначаются, если средний совокупный месячный доход на члена семьи не превышает установленного минимума. Право на получение пособия имеют все рабочие и служащие государственных, кооперативных, общественных, индивидуальных предприятий и организаций независимо от продолжительности трудового стажа и формы оплаты труда.

Государственные пособия многодетным матерям выплачиваются как единовременно, так и ежемесячно. Единовременное пособие выдается при рождении четвертого и каждого следующего ребенка. Размер пособия зависит от того, какой по счету родился ребенок. Ежемесячные пособия выдаются на четвертого и каждого следующего ребенка, начиная со второго года жизни и до достижения им пяти лет. Расходы по санаторно-курортному обслуживанию трудящихся и их детей связаны с выделением средств социального страхования для бесплатного или на льготных условиях приобретения трудящимися путевок в дома отдыха, турбазы, санатории, пионерские лагеря.

Обучение и переобучение инвалидов осуществляется в специальных учебных заведениях с последующим трудоустройством. К ним относятся профессионально-технические училища, средние специальные и высшие учебные заведения. Кроме того, на производстве организовано бригадное и индивидуальное обучение. Инвалидам с неполной потерей трудоспособности, работа, показанная по состоянию здоровья, в первую очередь предоставляется на предприятиях, в учреждениях, где они трудились до наступления инвалидности, с правом неполного рабочего дня или неполной рабочей недели.

Расходы на содержание интернатов для престарелых и инвалидов

финансируются по статьям сметы учреждения в соответствии с действующими нормами и нормативами.

За счет средств фонда социального страхования осуществляется также и социальное страхование членов колхозов по правилам и нормам, установленным для рабочих и служащих.

В соответствии с действующим законодательством выплата пенсий и некоторых видов пособий осуществляется за счет ресурсов *Пенсионного фонда*. На его основе пенсионное обеспечение функционирует в качестве автономной организационной структуры, выделенной из общей системы социального страхования.

Пенсионный фонд - это орган государственного управления финансами пенсионного обеспечения, самостоятельная финансово-банковская система, средства которой не входят в состав государственного бюджета. Отличительной чертой взаимоотношений Пенсионного фонда и государственного бюджета является высокая доля собственных ресурсов и отказ от значительных сумм дотаций из централизованных источников. Специальные пенсионные взносы накапливаются в Пенсионном фонде, не сливаясь с поступлениями и средствами, имеющими собственное функциональное назначение в рамках социального страхования. Пенсионный фонд России подотчетен Верховному Совету Российской Федерации; информация о результатах деятельности Пенсионного фонда ежегодно представляется на рассмотрение парламента страны.

Пенсионный фонд формируется на федеральном уровне и в республиках (в составе России), краях, областях, что позволяет охватить пенсионными выплатами всех граждан независимо от места их прежней работы и проживания, включая членов колхозов и лиц, по разным причинам не имеющих права на трудовую пенсию. Одновременно данная структура Пенсионного фонда гарантирует как текущие, так и чрезвычайные платежи, вызванные изменениями в отдельных регионах или в стране в целом. К ним можно отнести, например, увеличение числа пенсионеров в результате стихийного бедствия, разовое повышение размера пенсий в связи с изменением цен и т.п.

Основными задачами Пенсионного фонда являются:

- целевой сбор и аккумуляция средств для выплаты пенсий и пособий на детей, а также организация их финансирования:

- участие на долговременной основе в финансировании союзных, республиканских, региональных программ по социальной поддержке населения;

- расширенное воспроизводство средств фонда на основе принципов самофинансирования и коммерческой деятельности.

В качестве системы управления финансами пенсионного обеспечения **Пенсионный фонд осуществляет следующие функции:**

- участвует в определении размера взносов на государственное соци-

альное страхование, обосновании их дифференциации по предприятиям и организациям в зависимости от условий труда;

- обеспечивает контроль за своевременным и полным поступлением страховых взносов и правильным расходованием средств;

- участвует в подготовке предложений по совершенствованию пенсионного обеспечения и разработке социальных программ;

- осуществляет международное сотрудничество по вопросам, относящимся к компетенции фонда.

Средства пенсионного фонда концентрируются в его бюджете, имеющем такие *источники* формирования как:

- страховые взносы работодателей - предприятий, учреждений, организаций и кооперативов независимо от используемых форм собственности и хозяйствования;

- страховые взносы граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, в том числе фермеров и адвокатов; обязательные страховые взносы граждан;

- средства из республиканского бюджета, предназначенные для выплаты государственных пенсий и пособий военнослужащим и приравненным к ним по пенсионному обеспечению гражданам, повышения пенсий в связи с изменением индекса стоимости жизни и ростом заработной платы, а также пособий, установленных действующим законодательством;

- средства, возмещаемые Пенсионному фонду Государственным фондом занятости населения в связи с назначением досрочных пенсий безработным;

- добровольные взносы граждан, предприятий и общественных организаций;

- доходы от коммерческих финансово-кредитных операций.

Использование страхового метода в формировании Пенсионного фонда дает возможность распределить предстоящие платежи между многими его участниками на относительно длительный срок. В то же время аккумуляция средств на централизованном уровне позволяет повысить гарантию страховых выплат при меньшем взносе каждого участника фонда.

Размер взносов предприятий и организаций в Пенсионный фонд определяется ежегодно Верховным Советом Российской Федерации по представлению **Правления фонда**. Страховой тариф устанавливается в процентах к фонду оплаты труда. В оплату труда включаются все виды заработка работников, кроме выплат единовременного характера (компенсация за неиспользованный отпуск, выходное пособие при увольнении, материальная помощь и ряд других).

Постоянно меняющиеся условия социально-экономической деятельности предприятий и организаций вызывают периодический пересмотр тарифов с учетом данных о страховых рисках, обусловленных уровнем

развития техники и технологии. Целевые пенсионные взносы, определенные на основе тарифов, включаются в себестоимость продукции, работ и услуг.

Для организаций, работники которых имеют право на пенсию по возрасту на льготных условиях, сверх суммы взносов, начисленных исходя из тарифов взносов на государственное социальное страхование, установлены дополнительные взносы в Пенсионный фонд.

Учреждения, состоящие на бюджетном финансировании, уплачивают взносы за счет выделенных им бюджетных ассигнований для выдачи заработной платы за вторую половину месяца. Остальные организации независимо от форм собственности и хозяйствования перечисляют взносы в сроки выплаты заработной платы как за первую так и за вторую половины месяца.

Государственное социальное страхование лиц, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью, в том числе на условиях индивидуальной (групповой) аренды или в личном крестьянском хозяйстве, производится на добровольной основе. Они получают право на трудовую пенсию при условии выплаты страховых взносов в Пенсионный фонд, а право на другие виды обеспечения - при условии уплаты страховых взносов в фонд социального страхования.

Страховые взносы в Пенсионный фонд уплачиваются занимающимися индивидуальной трудовой деятельностью с их доходов по тарифам, предусмотренным для исчисления страховых взносов с оплаты I труда рабочих, служащих, членов кооперативов, включая обязательные страховые взносы граждан. Страхователи данной группы вносят установленный процент страховых взносов, рассчитанный по доходам за предыдущий год, а уплачивающие впервые - по исчисленному предполагаемому доходу за текущий год. По истечении года или прекращении индивидуальной трудовой деятельности производится перерасчет по фактически полученному доходу. Выявленная разница подлежит взысканию с застрахованных или возврату.

Граждане, ведущие крестьянское хозяйство, вносят страховые платежи в Пенсионный фонд один раз в год после определения окончательной суммы годового дохода для каждого члена крестьянского хозяйства.

Все категории граждан, подлежащие по действующему законодательству государственному социальному страхованию, перечисляют в Пенсионный фонд обязательные страховые взносы в установленном проценте от заработной платы.

Рабочие и служащие уплачивают страховые взносы в Пенсионный фонд с заработной платы; члены кооперативов - со всех видов полученных доходов; граждане, работающие в религиозных организациях, с доходов, получаемых от работы в них; другие лица, подлежащие государственному социальному страхованию, - с получаемых доходов.

Обязательные страховые взносы граждан исчисляются и удержива-

ются предприятиями, учреждениями и организациями по месту выплаты заработной платы (дохода), определяемой для расчета взносов в порядке, аналогичном начислению взносов на государственное социальное страхование предприятиями, учреждениями.

Передаваемые фонду средства госбюджета предназначены на выплату пенсий военнослужащим, лицам из состава органов внутренних дел и членам их семей, а также на финансирование выплат пособий по уходу за детьми до достижения ими определенного возраста, пособий малообеспеченным семьям, имеющим детей в возрасте от полутора до шести лет.

В условиях рыночных отношений усиливаются тенденции к миграции населения, возникает потребность быстрого перечисления средств на определенную территорию, по той или иной причине оказавшуюся в трудном финансовом положении. Следует учитывать также необходимость постоянного регулирования размера пенсий в связи с изменением стоимости жизни и ростом заработной платы. Данные факторы обуславливают формирование значительных резервов Пенсионного фонда. С этой целью фонду разрешено изыскивать дополнительные средства за счет своей коммерческой деятельности. В частности, поскольку поступающие взносы не сразу идут на предусмотренные выплаты, их накопления могут вкладываться в краткосрочные и долгосрочные государственные и ценные бумаги, недвижимость, использоваться для других видов коммерческой деятельности.

Средства Пенсионного фонда концентрируются на счетах местных отделений Государственного банка, из центра поступают только необходимые платежные поручения.

Основные направления использования ресурсов Пенсионного фонда следующие:

1. выплата в соответствии с действующим на территории России законодательством государственных пенсий (трудовых по возрасту, инвалидности, по случаю потери кормильца, за выслугу лет), в том числе гражданам, выезжающим за пределы Российской Федерации в соответствии с межгосударственными и международными договорами;

2. выплата пособий по уходу за ребенком в возрасте старше полутора лет;

3. оказание материальной помощи престарелым и нетрудоспособным гражданам;

4. повышение пенсий в связи с изменением индексов стоимости жизни и ростом заработной платы;

5. участие на договорной основе в финансировании республиканских и региональных программ по социальной поддержке пенсионеров, инвалидов, детей;

6. помещение резервов в краткосрочные и долгосрочные государст-

венные и ценные бумаги, а также проведение иных коммерческих операций;

7.финансирование текущей деятельности, содержание органов управления, развитие материально-технической базы фонда;
другие мероприятия, связанные с деятельностью Пенсионного фонда.

Органами управления Пенсионного фонда являются:

Правление исполнительная дирекция, ревизионная комиссия, отделения фонда в республиках (в составе России) с филиалами в краях, областях, крупных городах. В состав Правления входят представители всех республик на уровне руководителей органов социального обеспечения, а также представители ряда государственных комитетов и ведомств. Правление осуществляет оперативно-методическое руководство деятельностью фонда, представляет его во взаимоотношениях с государственными, общественными, зарубежными и международными организациями и учреждениями.

Проект бюджета Пенсионного фонда по источникам образования разрабатывается Исполнительной дирекцией с участием Министерства финансов и утверждается Правлением Пенсионного фонда. Проекты бюджетов отделений Пенсионного фонда с распределением по источникам образования и статьям расходов готовятся отделениями с участием республиканских органов социального обеспечения и утверждаются Правлением Пенсионного фонда. Расходование средств осуществляется по запланированным направлениям и утверждается Правлением фонда.

Вопросы для контрольных работ

1. Понятие и виды внебюджетных фондов
2. Экономические, социальные, государственные и региональные фонды
3. Источники формирования внебюджетных фондов
4. Фонды государственного социального страхования
5. Формирование Фонда социального страхования
6. Пенсионный фонд, понятие и источники формирования
7. Задачи Пенсионного фонда
8. Функции Пенсионного фонда
9. Использование ресурсов Пенсионного фонда
10. Организация управления Пенсионным фондом
11. Фонд занятости населения
12. Источники образования фонда занятости

Тема 7: Организация таможенных операций

1. Понятие таможни и ее функции. Организация таможенного дела в РФ
2. Руководство таможенным делом. Таможенные органы РФ
3. Сущность и понятия свободных экономических зон

1. Понятие таможни и ее функции. Организация таможенного дела в РФ

Таможня (от тюрк. “тамга” – пошлина) – государственное учреждение, контролирующее провоз грузов (в том числе багажа и почтовых отправлений) через государственную границу и взимающее таможенные пошлины и сборы.

На Руси таможни возникли в XIII в. Наряду с портовыми и пограничными таможнями существовали местные (внутренние) таможни на границах местных рынков, городов. Современные таможни располагаются в портах, крупных центрах страны.

Сотрудники таможни проводят следующие *операции*:

- проверяют выполнение установленных государством в законодательном порядке таможенных норм и правил;
- ведут учет импортируемых и экспортируемых товаров;
- принимают грузы на временное хранение;
- изымают изделия, ввоз и вывоз которых запрещен либо ограничен; осуществляют борьбу с контрабандой;
- производят досмотр груза;
- взимают таможенную пошлину и сборы, а также штрафы за нарушение установленных правил (в отдельных случаях конфискуют грузы), контролируют соблюдение таможенных формальностей.

Последние включают: представление в таможню необходимых документов, в частности таможенной декларации (заявление, составленное по определенной форме и содержащее определенные сведения о грузе), счета, свидетельства о происхождении товара, импортной или экспортной лицензии, санитарного и ветеринарного свидетельств.

Нарушением таможенных правил считается не остановка транспорта в месте расположения таможни, самовольное причаливание к берегу, непредставление необходимых документов, передача или получение без разрешения таможни каких-либо предметов, вскрытие груза и др.

Организация таможенного дела в Российской Федерации

Основным документом, регулирующим организацию таможенного дела в Российской Федерации, является Таможенный кодекс РФ, определяющий

правовые, экономические и организационные основы таможенного дела в государстве. Таможенный кодекс РФ является Федеральным законом от 28 мая 2003 г. № 61-ФЗ. В нем установлены порядок и правила, при соблюдении которых лица реализуют право на перемещение товаров и транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации (далее – таможенную границу).

Общее руководство таможенным делом осуществляет Правительство Российской Федерации в соответствии с законодательством РФ. Федеральная таможенная служба, уполномоченная в области таможенного дела, обеспечивает непосредственную реализацию в таможенных целях задач в области таможенного дела и единообразие применения таможенного законодательства РФ всеми таможенными органами на территории Российской Федерации.

Таможенное законодательство РФ состоит из настоящего кодекса и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов (актов таможенного законодательства). Таможенное законодательство РФ может регулироваться указами Президента Российской Федерации. На основании и во исполнение актов таможенного законодательства, указов Президента Российской Федерации Правительство РФ издает постановления и распоряжения в области таможенного дела.

Товары и транспортные средства

Основным предметом таможенного регулирования являются ***товары и транспортные средства***. Подразделение предметов на товары и транспортные средства связано с освобождением последних от уплаты таможенных налогов.

Однако следует отметить, что в таможенном законодательстве транспортными средствами считаются только такие средства, которые непосредственно используются для международных грузовых или пассажирских перевозок.

В зависимости от направления движения товары могут быть:

- импортными;
- экспортными
- транзитными.

Импортными являются товары, ввозимые на таможенную территорию России. Ими могут быть не только товары, произведенные за рубежом, но и товары отечественного производства, которые были экспортированы из России, а затем вновь ввезены на российскую таможенную территорию.

Как правило, импортный товар оказывается на таможенной территории России после того, как он переместится через таможенную границу. В некоторых случаях импортным может быть признан товар, не

предназначенный для перемещения через таможенную границу. В качестве примера подобной ситуации можно назвать продукцию, производимую по программам международной специализации и кооперирования производства.

Понятие импортного (ввозимого) товара распространяется и на вещи, которые ввозят с собой на таможенную территорию России пассажиры.

Ввозимый на таможенную территорию товар находится под таможенным контролем с момента пересечения таможенной границы до совершения необходимых таможенных формальностей и уплаты установленных в законодательном порядке таможенных платежей.

Экспортным считается товар, перемещаемый через таможенную границу и вывозимый с российской территории. Им может быть как предмет внешнеторговой поставки, так и вещи, вывозимые с собой пассажирами, следовавшими за границу. Вывозимый товар становится предметом таможенных правоотношений с момента предъявления таможенному органу и до времени вывоза с таможенной территории.

Транзитный товар перемещается с одной таможенной территории на другую через территорию третьей страны. В России, как и в подавляющем большинстве других стран, транзитные товары подпадают под таможенный контроль, но не облагаются таможенными пошлинами.

В зависимости от цели перемещения через таможенную границу предметы таможенных правоотношений могут быть подразделены на:

- коммерческие;
- некоммерческие.

Коммерческие товары экспортируются, импортируются, перемещаются транзитом в целях купли-продажи во внешнеторговом обороте. Движение коммерческих товаров обуславливает перемещение валюты, которой оплачиваются внешнеторговые поставки.

Некоммерческие товары не предназначены для торгового оборота. Через таможенную границу их перемещают:

- а) граждане для личного пользования;
- б) различные организации и учреждения для осуществления уставных и иных задач, не связанных с торговлей.

В таможенном законодательстве устанавливается предельное число предметов личного пользования, которые граждане могут свободно ввезти или вывезти. Наряду с экспортом и импортом товаров существует возможность перемещения товара через таможенную границу на определенное время с последующим возвращением на первоначальную таможенную территорию.

Такой товар называется **временно ввозимым (вывозимым)**. В отличие от экспортно-импортных поставок, предполагающих смену собственника поставляемых товаров, при временном ввозе (вывозе) собственник товара не меняется. Временный ввоз (вывоз) предполагает, что через некоторое время

после совершения определенных действий (доработка, ремонт, демонстрация и т. д.) товар должен возвратиться своему собственнику.

Таможенные режимы временного ввоза (вывоза) имеют большое значение для развития международного торгово-промышленного сотрудничества, содействуют расширению связей по межгосударственной специализации и кооперированию производства (например, таможенный режим переработки товаров), способствуют выходу на новые рынки сбыта (экспонирование образцов товаров на выставках, ярмарках, при рекламных испытаниях и т. д.).

Материальные предметы тарифного регулирования подразделяются на товары, подлежащие таможенному налогообложению, и товары, освобожденные от уплаты таможенных налогов. Перечень объектов, освобожденных от таможенных налогов, может содержаться как во внутреннем (национальном) законодательстве, так и в международных договорах и соглашениях, касающихся таможенных вопросов (например, освобождение от уплаты таможенных пошлин за провоз личных вещей и предметов первоначального обзаведения дипломатов).

Одной из важнейших задач таможенных учреждений является борьба с **контрабандой**.

Контрабандой признается перемещение через таможенную границу Российской Федерации помимо или с сокрытием от таможенного контроля, либо с обманным использованием документов или средств таможенной идентификации, либо сопряжение с не декларированием или недостоверным декларированием:

- наркотических средств, психотропных, сильнодействующих, ядовитых, отравляющих, радиоактивных и взрывчатых веществ;
- вооружения, взрывчатых устройств, огнестрельного оружия, патронов к нему и боеприпасов (кроме гладкоствольного охотничьего оружия и патронов к нему);
- ядерного, химического, биологического и других видов оружия массового уничтожения, материалов и оборудования, которые заведомо могут быть использованы при его создании;
- стратегически важных сырьевых товаров;
- предметов художественного, исторического и археологического достояния народов Российской Федерации и зарубежных стран, а равно такое перемещение иных товаров, совершенное в крупных размерах или с использованием служебного положения публичного должностного лица.

Контрабандой признается также невозвращение на таможенную территорию России предметов художественного, исторического и археологического достояния народов России и зарубежных стран, вывезенных за ее пределы, если такое возвращение является обязательным, либо перемещение товаров и транспортных средств через таможенную границу путем ее прорыва. Контрабанда наказывается в соответствии с

уголовным законодательством РФ.

Под таможенной территорией понимают территорию, на которой в полном объеме действует таможенное законодательство.

Таможенную территорию РФ составляют сухопутная территория РФ, территориальные и внутренние воды и воздушное пространство над ними. Таможенная территория РФ включает также находящиеся в морской исключительной экономической зоне РФ искусственные острова, установки и сооружения, над которыми Российская Федерация обладает исключительной юриспруденцией в отношении таможенного дела.

Таможенный союз

Таможенный союз – международно-правовой инструмент согласования таможенной политики группой стран, заключивших учредительный договор. В ст. XXII Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ) таможенный союз определяется как замена двух или нескольких таможенных территорий одной таможенной территорией.

Таможенный союз предполагает формирование общей таможенной территории, на которой осуществляется свободное обращение товаров (внутренний аспект), устанавливается общая внешняя граница для принятия мер по тарифному и нетарифному регулированию торговли со странами – нечленами таможенного союза. Иными словами, таможенный союз – это такая зона свободной торговли, участники которой согласовали свою таможенную политику по отношению к государствам-нечленам.

2. Руководство таможенным делом. Таможенные органы РФ

Таможенные органы составляют единую федеральную централизованную систему. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, общественные объединения не могут вмешиваться в деятельность таможенных органов при осуществлении ими своих функций.

Система таможенных органов включает:

- 1) федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный в области таможенного дела (Федеральная таможенная служба);
- 2) региональные таможенные управления;
- 3) таможни;
- 4) таможенные посты.

Федеральная таможенная служба является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим в соответствии с законодательством Российской Федерации функции по контролю и надзору в области таможенного дела, а также функции агента валютного контроля и специальные функции по борьбе с контрабандой, иными преступлениями и административными правонарушениями.

Федеральная таможенная служба обеспечивает ведение и опубликование Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности, подготовку, утверждение и опубликование решений по вопросам, связанным с толкованием Товарной номенклатуры. Федеральная таможенная служба имеет таможенные лаборатории, научно-исследовательские учреждения, образовательные учреждения высшего профессионального и дополнительного образования, печатные издания, информационно-вычислительные центры и другие учреждения, а также государственные унитарные предприятия, деятельность которых способствует решению задач, возложенных на таможенные органы.

Федеральная таможенная служба осуществляет следующие полномочия в установленной сфере деятельности:

- осуществляет взимание таможенных пошлин, налогов, антидемпинговых, специальных и компенсационных пошлин, таможенных сборов, контролирует правильность исчисления и своевременность уплаты указанных пошлин, налогов и сборов, принимает меры по их принудительному взысканию;

- обеспечивает соблюдение установленных в соответствии и законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности и международными договорами РФ запретов и ограничений в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации;

- осуществляет обеспечение единообразного применения таможенными органами таможенного законодательства Российской Федерации;

- осуществляет таможенное оформление и таможенный контроль;

- принимает решения о классификации товаров в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности и обеспечивает опубликование таких решений и др. функции.

Региональные таможенные управления, таможни и таможенные посты действуют на основании положений, утверждаемых федеральным органом исполнительной власти. Таможенные посты могут не обладать статусом юридического лица. В Российской Федерации, например, созданы следующие региональные таможенные управления: Северо-Западное (Санкт-Петербург), Дальневосточное (Владивосток), Северо-Кавказское (Ростов-на-Дону), Восточно-Сибирское (Иркутск), Поволжское (Нижний Новгород), Западно-Сибирское (Новосибирск). Границ таможенных регионов могут не совпадать с границами субъектов РФ и административно-территориальных единиц. Непосредственный таможенный контроль, предотвращение контрабанды, сбор необходимых статических данных и некоторые другие функции возложены на таможни и таможенные посты. Территориальные границы таможни могут как совпадать, так и не совпадать с границами административно-территориального и национального деления

регионов.

В зависимости от географического расположения могут быть выделены следующие таможи:

- пограничные (Белгородская, Дагестанская, Сочинская и др.);
- внутренние (Московская региональная, Шереметьевская региональная и др.).

Внутренние таможи осуществляют основной объем работы по проведению таможенного контроля – досмотр, проверка таможенных деклараций, товаросопроводительных и платежных документов.

Пограничные таможи, как правило, проверяют сохранность таможенных обеспечений, контролируют правильность заполнения деклараций, наличие необходимых документов, подтверждающих законность перемещения товаров через таможенную границу.

К воздушным таможням относятся Внуковская (аэропорт “Внуково”, г. Москва), Шереметьевская региональная (аэропорт “Шереметьево”, “Домодедово”, г. Москва), Пулковская (аэропорт “Пулково”, г. Санкт-Петербург) и др.

Морскими таможнями считаются, например, Балтийская (порт Санкт-Петербург), Корсаковская (порт Корсаков Сахалинской области) и др.

Таможенные платежи (тарифы)

Таможенные платежи (тарифы), как уже отмечалось, представляют собой систематизированный перечень ставок таможенных пошлин на товары, провозимые через границу страны.

К таможенным платежам относятся:

- 1) ввозная таможенная пошлина;
- 2) вывозная таможенная пошлина;
- 3) налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию РФ;
- 4) акциз, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию РФ;
- 5) таможенные сборы.

Таможенные платежи взимаются, если они установлены в соответствии с законодательством Российской Федерации, специальные, антидемпинговые и компенсационные пошлины, устанавливаемые в соответствии с законодательством Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами, взимаются по правилам, предусмотренным настоящим Кодексом для взимания ввозной таможенной пошлины.

Ставки таможенных платежей определяются в соответствии с Таможенным кодексом и законодательством РФ.

Основные таможенные режимы

Перемещение товаров и транспортных средств через таможенную границу Российской Федерации производится в соответствии с их таможенными режимами (особенностями движения товаров и транспортных средств, их обработки, хранения и др.). Гражданским кодексом Российской Федерации предусмотрены следующие виды таможенных режимов товаров и транспортных средств:

1. Выпуск для внутреннего потребления – таможенный режим, при котором ввезенные на таможенную территорию РФ товары остаются на этой территории без обязательства об их вывозе с этой территории. Товары приобретают для таможенных целей статус находящихся в свободном обращении на таможенной территории РФ после уплаты таможенных пошлин, налогов и соблюдения всех ограничений, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности.

2. Экспорт – таможенный режим, при котором товары, находящиеся в свободном обращении на таможенной территории РФ, вывозятся с этой территории без обязательства об обратном ввозе. Экспорт товаров осуществляется при условии уплаты вывозных таможенных пошлин в порядке, предусмотренном настоящим Кодексом, соблюдения ограничений, установленных в соответствии с законодательством РФ.

3. Международный таможенный транзит – таможенный режим, при котором иностранные товары перемещаются по таможенной территории РФ под таможенным контролем между местом их прибытия на таможенную территорию РФ и местом убытия с этой территории без уплаты таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера.

Под таможенный режим международного таможенного транзита могут быть помещены любые иностранные товары, за исключением товаров, транзит которых запрещен в соответствии с федеральными законами, иными правовыми актами Российской Федерации и международными договорами РФ.

При международном таможенном транзите порядок выдачи таможенным органом разрешения на международный таможенный транзит и порядок установления сроков международного таможенного транзита, идентификация товаров, меры обеспечения таможенного законодательства РФ осуществляются по правилам настоящего Кодекса применительно к международному таможенному транзиту.

Перегрузка транзитных товаров с транспортного средства, на котором товары были ввезены на таможенную территорию РФ, на транспортное средство, на котором товары будут вывезены с этой территории, допускается с разрешения таможенного органа, в регионе деятельности которого осуществляется эта грузовая операция.

4. Переработка на таможенной территории – таможенный режим, при котором ввезенные товары используются на таможенной территории РФ в течение установленного срока (срока переработки товаров) для целей проведения операций по переработке товаров с полным условным освобождением от уплаты таможенных пошлин, налогов при условии вывоза продуктов переработки с таможенной территории РФ в определенный срок. Переработка на таможенной территории допускается при наличии разрешения таможенного органа.

5. Переработка для внутреннего потребления – таможенный режим, при котором ввезенные товары используются на таможенной территории РФ в течение установленного срока (срока переработки товаров) для целей проведения операций по переработке товаров с полным условным освобождением от уплаты таможенных пошлин с последующим выпуском продуктов переработки для свободного обращения с уплатой таможенных пошлин по ставкам, применяемым к продуктам переработки.

6. Переработка вне таможенной территории – таможенный режим, при котором товары вывозятся с таможенной территории РФ для целей проведения операций по переработке товаров в течение установленного срока (срока переработки товаров) с последующим ввозом продуктов переработки с полным или частичным освобождением от уплаты ввозных таможенных пошлин, налогов. Переработка вне таможенной территории допускается при наличии разрешения таможенного органа. Товары вывозятся с таможенной территории РФ в соответствии с таможенным режимом переработки вне таможенной территории с полным условным освобождением от уплаты вывозных таможенных пошлин. Переработка вне таможенной территории допускается при наличии разрешения таможенного органа. Таможенный режим переработки вне таможенной территории завершается ввозом продуктов переработки на таможенную территорию РФ.

7. Временный ввоз – таможенный режим, при котором иностранные товары используются в течение определенного срока (срока временного ввоза) на таможенной территории РФ с полным или частичным условным освобождением от уплаты таможенных пошлин, налогов и без применения к этим товарам запретов и ограничений экономического характера, установленных законодательством РФ.

Временно ввезенными товарами может пользоваться лицо, получившее разрешение на временный ввоз. Перечень категорий товаров, временно ввозимых с полным условным освобождением от уплаты таможенных пошлин, налогов, а также условия такого освобождения, включая предельные сроки временного ввоза, определяются Правительством РФ.

8. Таможенный склад – таможенный режим, при котором ввезенные на таможенную территорию РФ товары хранятся под таможенным контролем без уплаты таможенных пошлин, налогов и без применения запретов и ограничений экономического характера, установленных

законодательством РФ, а товары, предназначенные для вывоза, хранятся под таможенным контролем на условиях, предусмотренных настоящим Кодексом. Таможенными складами являются специально выделенные и обустроенные для этих целей помещения и(или) открытые складные площадки. Под таможенный режим таможенного склада могут помещаться любые товары, за исключением товаров, запрещенных законодательством РФ соответственно к ввозу в РФ и вывозу из РФ.

Товары, которые могут причинить вред другим товарам или требуют особых условий хранения, должны храниться на таможенных складах или в отдельных помещениях таможенного склада, специально приспособленных для хранения таких товаров с соблюдением обязательных требований, установленных в соответствии с законодательством РФ о техническом регулировании. Товары могут храниться на таможенном складе в течение трех лет. Владельцем таможенного склада может быть российское юридическое лицо, включенное в Реестр владельцев таможенных складов.

Завершающие таможенные режимы

9. Реимпорт – таможенный режим, при котором товары, ранее вывезенные с таможенной территории РФ, ввозятся на таможенную территорию РФ в установленные сроки без уплаты таможенных пошлин, налогов и без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера, установленных в соответствии с законодательством РФ.

10. Резкспорт – таможенный режим, при котором товары, ранее ввезенные на таможенную территорию РФ, вывозятся с этой территории без уплаты или с возвратом уплаченных сумм ввозимых таможенных пошлин, налогов и без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера. Под таможенный режим резкспорта помещаются иностранные товары, в том числе ввезенные на таможенную территорию РФ с нарушением установленных запретов на ввоз.

11. Уничтожение – таможенный режим, при котором иностранные товары уничтожаются под таможенным контролем без уплаты таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера. Уничтожение товаров допускается, если товары, подвергнутые уничтожению, не могут быть восстановлены в первоначальном состоянии экономически выгодным способом.

12. Отказ в пользу государства – таможенный режим, при котором товары безвозмездно передаются в федеральную собственность без уплаты таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера.

Отказ от товаров в пользу государства не должен повлечь для государственных органов РФ какие-либо расходы, которые не могут быть возмещены за счет средств, вырученных от реализации товаров.

2. Сущность и понятия свободных экономических зон

В последние годы в России идет процесс создания экономических зон (СЭЗ). Схема их создания одинаковая: поощрение определенных видов и направлений хозяйственной деятельности. Для свободных экономических зон устанавливается система льгот, позволяющая стимулировать хозяйственную деятельность. Принципы создания таких зон основываются на региональной политике развитых стран, которые еще в начале 1980-х годов поставили задачу оживить мелкий и средний бизнес. Логика образования экспортно-производственных зон была predeterminedена и практикой развивающихся стран, когда в середине 1960-х годов возникла необходимость стимулирования промышленного экспорта и занятости за счет притока иностранных капиталов. Эта логика достаточно проста: если страна не в состоянии по каким-либо причинам обеспечить широкое открытие экономики для иностранного предпринимательского капитала, то она может это сделать в рамках свободных экономических зон, где правительство имеет возможность проводить иную промышленную политику и создавать специальный, более благоприятный инвестиционный климат для зарубежных капиталов.

Обычно в мировой практике выбор административно-хозяйственного управления СЭЗ зависит от ее типа и размера территории, особенностей государственного устройства страны, развитости частного сектора и т.п. Однако общим и принципиальным моментом является то, что СЭЗ, будучи локальной социально-экономической системой, должна находиться вне юрисдикции отраслевых министерств и центральных ведомств.

Свободные экономические зоны наделяются определенными льготами:

- внешнеторговыми льготами, предусматривающими введение особого таможенно-тарифного режима – снижение или отмену экспортно-импортных пошлин и введение порядка осуществления внешнеторговых операций;

- льготами, связанными с налоговым стимулированием отдельных видов деятельности предпринимателей. Эти льготы могут затрагивать налоговую систему (прибыль, доход, стоимость имущества и т.д.), амортизационные отчисления, издержки на заработную плату, транспорт, т.е. они предусматривают временное или постоянное освобождение от налогообложения;

- финансовыми льготами, которые включают различные формы субсидий, предоставляемых в виде установления низких цен на коммунальные услуги, снижения арендной платы за пользование земельными участками и производственными помещениями, а также за счет бюджетных средств и государственных кредитов;

- административными льготами, предоставляемыми администрацией зоны с целью упрощения процедур регистрации предприятий и режима

въезда и выезда иностранных граждан, а также оказания различных услуг.

Система предоставляемых льгот должна служить инструментом реализации имеющихся сравнительных преимуществ данной зоны, а не механизмом компенсации отсутствующих здесь факторов развития. Важно также принять во внимание, что при нынешних масштабах распространения свободных экономических зон налоговые льготы – далеко не главный стимул для прироста в зоне иностранного капитала. Более существенными в этом отношении могут оказаться такие факторы, как политическая стабильность, инвестиционные гарантии, качество инфраструктуры, квалификация рабочей силы, упрощение административных процедур, а также возможность получения на внутреннем рынке относительно дешевых предметов. Все названные преимущества срабатывают лишь в сочетании с базовыми преференциями, предопределяющими типовую специфику данной зоны.

За годы экономических преобразований в стране предполагалось создание ряда свободных экономических зон – «Санкт-Петербург», «Выборг», «Янтарь» (Калининградская область), «Сахалин», «Даурия» (Читинская область), «Садко» (Новгород), «Технополис», (Зеленоград), «Магадан», «Находка», «Ева» (Еврейская автономная область) и др. Однако эта форма сотрудничества не получила широкого развития в стране.

На фондовом рынке СЭЗ возник ряд проблем, присущих другим фондовым рынкам России: необходимость проведения высоко-профессиональных аудиторских оценок; потребность совмещения депозитных технологий как внутри России, так и с зарубежными партнерами, внесение в листинг фондовых Токийской и Китайской бирж, бирж ряда стран Юго-Восточной Азии, российских компаний, брокерских контор, инвестиционных компаний, т.е. всех структур, заинтересованных в работе с фондами солидных российских предприятий, а также в развитии фондового рынка России.

Дальнейшая интеграция регионов Российской Федерации в мировой рынок предопределяет необходимость решения широкого круга проблем. Одной из наиболее важных и заметных проблем является формирование новой геополитической роли регионов Сибири и Дальнего Востока, изменение их места в экономике страны.

Активизация восточных регионов во внешнеэкономической деятельности и интеграция их в мировую экономику обуславливаются такими факторами, как возможность интенсивного развития внешнеэкономических связей регионов на мировом рынке товаров, капиталов и услуг, ограниченные возможности внутреннего рынка и трансформация отношений со странами ближнего 'зарубежья и Восточной Европы, укрепление и расширение экономических и торговых связей регионов Сибири и Дальнего Востока со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, значительные возможности развития транспортного обслуживания грузопотоков Европа – Азия, наличие минерально-сырьевых ресурсов,

имеющих мировое значение.

Позиции восточных регионов России на мировом рынке в настоящее время определяются экспортом сырья и энергоносителей. Возрастает их роль в экспорте продукции страны. Доля Сибири в экспорте природного газа составляет почти 100%, нефти – 88, алюминия – 85, меди – свыше 70%. Велика доля восточных регионов в экспортных поставках угля, никеля, продукции нефтеперерабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, азотных удобрений, нефтепродуктов.

Однако экстенсивные факторы наращивания экспорта углеводородного сырья практически исчерпаны, что не может не отразиться на стоимостном объеме сибирского экспорта.

Предоставление большей самостоятельности субъектам Федерации способствовало активизации внешнеэкономической деятельности регионов Сибири и Дальнего Востока. Следствием этого стало увеличение стоимостных объемов регионального экспорта. Возросло и число предприятий, участвующих в экономических связях с зарубежными странами. Их численность достигла 6 тыс. Однако основной объем поставок товаров из Сибири и Дальнего Востока осуществляется такими предприятиями, как Братский алюминиевый завод, АО «Саянский алюминиевый завод», РАО «Норильский никель», АО «ИРКАЗ», АО «Запсибметкомбинат», АО «Кузнецкий металлургический комбинат», АО «Ангарская нефтехимическая компания», концерн «Кузнецкуголь». Изменяется отраслевая структура экспорта. Наряду с традиционными видами продукции топливной, металлургической и лесной отраслей возрастает экспорт машин, оборудования, техники. Предприятия обрабатывающей промышленности поставляли продукцию, произведенную на основе высоких и средних технологий. Рост экспорта продукции отраслей машиностроения объясняется также восстановлением производственных связей со странами СНГ.

На долю высокоразвитых стран – Германии, Италии, Японии, США и ряда других – приходится почти 65% общего объема импорта предприятиями Сибири и Дальнего Востока. Доля машин и оборудования, импортируемых из этих государств, составляет от 30 до 85%.

Среди развивающихся стран все большую роль играют страны Азиатско-Тихоокеанского региона: Сингапур, Корея, Китай, Индия и др.

Глобализация внешнеэкономической деятельности предопределяет необходимость перестройки внешнеэкономических связей по следующим направлениям.

- Совершенствование товарного экспорта за счет конкурентоспособной и все более диверсифицированной по номенклатуре экспорта продукции перерабатывающих отраслей промышленности, производимой с использованием новых технологий.

- Изменение структуры импорта товаров в пользу перерабатывающих

отраслей промышленности.

- Повышение конкурентоспособности товаров отечественного производства.

Вопросы для контрольных работ

1. Понятие таможи
2. Функции таможи
3. Таможня в РФ
4. Принципы таможенного права
5. Понятие импортного товара
6. Коммерческие и некоммерческие товары
7. Понятия таможенной территории и таможенного союза
8. Таможенные органы РФ
9. Система таможенных органов

РАЗДЕЛ III. Инфраструктура рынка товаров и услуг

Тема 8: Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже товаров. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)

1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров
2. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров
3. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам
4. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров
5. Методы розничной торговли
6. Сущность и виды торгов
7. Сущность и организационные формы аукционов
8. Порядок проведения аукционов
9. Организация проведения конкурсов (тендеров)

1. Сущность, роль и задачи коммерческой работы по продаже товаров

Организация и технология оптовой и розничной продажи товаров является важнейшим объектом коммерческой деятельности торгового предприятия.

Непосредственно оптовой и розничной продаже товаров предшествует маркетинговый этап работы, связанный с нахождением рынка сбыта конкретных товаров, т. е. определение ниши рынка для предприятия. Эта работа включает глубокое исследование рыночных возможностей путем

применения целого комплекса методов по изучению спроса населения и конъюнктуры торговли.

Внутренняя торговля – одна из важнейших сфер жизнеобеспечения населения путем возможности купить необходимый товар в нужном месте и кратчайшие сроки.

Преобразования, проведенные в торговле путем формирования свободной хозяйственной инициативы, не замедлили сказаться на развитии потребительского рынка. С точки зрения коммерческой деятельности современный потребительский рынок отличается относительно высокой насыщенностью. Товарного дефицита фактически нет. Бюрократическая система распределения товаров полностью заменена отношениями свободной купли-продажи. Динамизм объемов и структуры продажи товаров и предоставления услуг постепенно приобретает все более устойчивый характер.

Коммерческая работа в торговле должна учитывать следующие актуальные задачи:

1. Обеспечение для абсолютного большинства населения доступности в приобретении необходимых товаров в цивилизованных формах его организации.

2. Всемерное обеспечение прав граждан на безопасность и качество товаров.

3. Формирование развитой системы товародвижения, обеспечивающей постоянное товароснабжение магазинов и отдельных частных предпринимателей широким и качественным ассортиментом товаров.

4. Восстановление финансового контроля над товарооборотом на основе существенного ограничения возможностей для теневого (незаконного) оборота.

5. Восстановление оптимального соотношения магазинных и внемагазинных форм продажи товаров.

Для стабилизации внутреннего рынка в настоящее время имеются необходимые коммерческие предпосылки. В торговле страны сформировалась богатая конкурентная среда, включая потенциально емкий внутренний рынок, богатые природные ресурсы, наличие достаточной рабочей силы, в том числе с высоким уровнем квалификации, развитый промышленный потенциал, обеспечение строгой ответственности государственных органов в вопросах контроля качества и безопасности товаров и услуг. В области оптовой продажи товаров необходимо исходить из того, что оптовые предприятия общенационального (федерального) уровня должны обеспечивать оптовый оборот крупных партий товаров потребителям по всей территории страны. Главным приоритетом деятельности любых оптовых структур регионального масштаба должно явиться обеспечение товарами региональных товарных рынков.

Современные тенденции развития розничной торговли опираются прежде всего на соотношение магазинных и внемагазинных форм продажи товаров. В последние годы такое соотношение утратило позитивную динамику. По различным оценкам, более половины розничного товарооборота реализуется сегодня на основе внемагазинных форм продажи. Данное обстоятельство имеет вполне определенные негативные последствия. При этом развитие магазинных форм продажи товаров должно опираться на широкое типовое разнообразие розничных торговых предприятий. Общими принципами развития розничной торговой сети должны стать:

- универсализация продовольственной торговли, за исключением товаров редкого и эпизодического спроса;
- развитие специализированных и узкоспециализированных непродовольственных магазинов в центрах жилой застройки;
- формирование торговых сетей, крупных универсальных розничных предприятий, торговых центров и торговых комплексов;
- формирование системы так называемых удобных магазинов, расположенных в радиусе пешеходной доступности и торгующих широким ассортиментом продовольственных и непродовольственных товаров;
- выделение специальных зон для уличных ярмарок и базаров;
- формирование автономных зон торгового обслуживания вдоль автомагистралей;
- восстановление розничной торговли через автоматы;
- развитие электронной коммерции через Интернет.

Разнообразие форм торгового обслуживания должно удовлетворять потребности самых широких слоев населения и осуществляться через различные типы магазинов.

Развитие внемагазинных форм продажи товаров, с одной стороны, обуславливается эволюцией самой торговой практики, а с другой – подготовлено все более масштабным проникновением в быт рядового покупателя разнообразных средств технического прогресса. Мировая торговая практика показывает, что даже в самых высокоорганизованных системах торгового обслуживания имеют место и вещевые рынки, и уличная подвижная торговля. Перспективой развития вещевых рынков должна стать их ориентация на сезонные распродажи, продажу товаров по технологии “сэканд хэнд”, реализацию изделий кустарного промысла, обеспечение частного импорта товаров.

Существенное развитие должна получить посылочная торговля. При этом решающим фактором, стимулирующим ее прогресс, является минимизация затрат, обеспечивающих процесс доведения товаров до покупателя. Принципиально новой формой внемагазинной торговли, имеющей предпосылки для широкого распространения в отечественной торговой практике, должен стать сетевой маркетинг. Главная особенность

этой системы состоит в том, что товар реализуется специально подготовленными торговыми агентами на дому, в учреждениях и организациях, на транспорте, на улице. Это позволяет резко сократить издержки обращения.

Развитие электронной техники и средств телекоммуникационной связи создает предпосылки для расширения таких форм торговли, при которых потребитель знакомится с ассортиментом посредством так называемой электронной коммерции – через Интернет (виртуальная торговля). Развитие электронной торговли обеспечит наиболее активное включение России в мировое информационно-экономическое пространство, а также способно существенно повысить прозрачность коммерческих сделок и будет способствовать вступлению в ВТО (Всемирное торговое общество).

2. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров

Коммерческую работу по продаже товаров можно подразделить на два этапа:

- коммерческая работа по оптовой продаже товаров;
- коммерческая работа по розничной продаже товаров.

Коммерческая деятельность по продаже товаров на этих этапах должна осуществляться на основе использования принципов и методов маркетинга.

Оптовая продажа товаров производится оптовыми предприятиями (базами, торговыми складами), оптовыми посредниками, а также организаторами оптового товарооборота. Краткая характеристика этих оптовых звеньев была дана в гл. 4.

Оптовая реализация товаров имеет ведущее значение для деятельности оптовых звеньев, так как обеспечивает получение оптовыми предприятиями необходимой прибыли, удовлетворение спроса розничных предприятий и торговцев в товарах, а следовательно, потребностей населения в товарах и услугах.

Для осуществления продажи товаров как одной из коммерческих функций оптовые предприятия должны определить ориентиры (показатели) по реализации товаров в тесной увязке с прогнозом розничного товарооборота.

В настоящее время, когда отменена система прикрепления покупателей к поставщикам, осуществляется свободная купля-продажа товаров и созданы условия для самостоятельного выбора магазинами поставщиков товаров, возрастает значимость коммерческой деятельности по установлению оптимальных хозяйственных связей с розничными предприятиями.

Оптовым предприятиям необходимо определить свой целевой рынок, а не пытаться обслужить сразу всех. Так, можно выбрать целевую группу магазинов по признакам их размеров (например, только крупные розничные предприятия), их видам (например, только магазины одежды), их заинтересованности в услуге (например, магазины, нуждающиеся в

коммерческом кредите) и на основании прочих критериев.

В рамках целевой группы оптовое предприятие может выделить наиболее оптимальные (выгодные) для себя розничные предприятия, разработать для них коммерческие предложения по оказанию оптовых услуг и установить длительные хозяйственные связи.

Среди коммерческих решений оптовых баз важным является решение о товарном ассортименте и комплексе услуг. Желательным является предложение широкого ассортимента товаров и поддержание достаточных запасов для немедленной поставки. Однако в условиях рынка оптовые базы на основании маркетинговых исследований должны определить, каким количеством ассортиментных групп товаров заниматься, и отобрать из них наиболее выгодные для себя.

Одновременно оптовые предприятия решают, какие именно услуги помогают добиваться хозяйственных связей с розничными предприятиями, а от каких услуг следует отказаться или сделать их платными. Основное – сформировать четко выраженный комплекс услуг, наиболее ценных с точки зрения розничных предприятий.

В рамках оптовой реализации товара оптовые базы должны разработать программу стимулирования сбыта, рассматривая при этом сбыт как коллективные усилия по обеспечению продажи товаров оптовым покупателям, укреплению отношений с ними и удовлетворению их потребностей в услугах.

Решив прибегнуть к стимулированию сбыта, оптовые предприятия должны определить его задачи, отобрать необходимые средства стимулирования, разработать соответствующую программу, организовать ее предварительное опробование и претворение в жизнь, обеспечить контроль за ее ходом и провести оценку достигнутых результатов.

Задачи стимулирования сбыта вытекают из задач оптовой продажи товаров. В частности, среди задач стимулирования розничных потребителей могут быть такие, как поощрение магазинов за включение нового товара в свой ассортимент, поддержание более высокого уровня запасов товара и связанных с ним издержек, формирование у магазинов приверженности к марке и т. д.

Решение задач стимулирования сбыта достигается с помощью множества разнообразных средств. При этом разработчик плана оптовой продажи учитывает и тип рынка, и конкретные задачи в сфере стимулирования сбыта, и существующую конъюнктуру, и рентабельность каждого из используемых средств. К основным средствам стимулирования сбыта можно отнести: предложение товара магазинам бесплатно или на пробу; сделки с небольшой скидкой с цены; экспозиции и демонстрации товара в магазинах; профессиональные встречи и специализированные выставки; торговые конкурсы для побуждения работников базы к эффективной коммерческой деятельности.

Немаловажным логистическим решением оптовых баз является разработка новых методов и приемов деятельности по грузообработке и прохождению заказов, поступивших от оптовых покупателей (магазинов). Одним из таких направлений является использование для приема заказов персональных компьютеров и телефаксов. Компьютеры вызвали к жизни новый тип склада – “безбумажный склад”, где управление операциями и учет автоматизированы и, следовательно, отпала потребность в обширной складской документации.

Таким образом, оптовая продажа товаров является одной из основных коммерческих функций оптовых предприятий. Все остальные по отношению к ней имеют подчиненное значение и как бы обслуживают ее.

Исходя из изложенного, содержание коммерческой работы по оптовой продаже товаров можно свести к выполнению следующих основных операций:

- нахождение оптовых покупателей товаров (установление рынка сбыта);
- установление хозяйственных связей с покупателями товаров;
- выбор форм и методов оптовой продажи товаров;
- организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам;
- организация учета выполнения договоров с покупателями товаров;
- рекламно-информационная деятельность оптовых предприятий.

Нахождение оптовых покупателей товаров состоит в определении своего целевого рынка. Это достигается путем исследований региона, спроса и предложения на данную продукцию, конкурентной среды, степени конкурентоспособности товара (марка, престиж, качество послепродажного обслуживания, цена и пр.). Определив регион (район, зону) сбыта, необходимо сегментировать рынок, выделив предпочтительный сегмент – желательно вначале осваивать только один сегмент рынка (в этом случае у оптовой фирмы наибольшие шансы). После выбора сегмента нужно произвести четкое позиционирование своего товара на этом рынке.

Предполагаемое позиционирование на рынке должно обеспечить фирме-поставщику получение достаточной прибыли и желаемого объема сбыта.

Остальные составные части коммерческой работы по оптовой продаже товаров рассмотрены ниже.

Организация хозяйственных связей

Наилучшей формой организации хозяйственных отношений оптовых предприятий с обслуживаемыми торговыми предприятиями по продаже товаров являются договоры купли-продажи товаров. Договорные отношения являются оптимальными формами связи при стабильных взаимоотношениях оптовых баз со своими клиентами.

До перехода к рыночным отношениям договорные отношения оптовых

баз с обслуживаемой розничной сетью носили формальный, малодейственный характер. Учет выполнения этих договоров розничными предприятиями практически не осуществлялся, вопросы поставки товаров в розничную сеть решались по усмотрению оптовых баз. Как правило, розничные торговые предприятия не предъявляли штрафных санкций к оптовым звеньям, боясь испортить отношения.

Рыночные отношения привели к коренным изменениям договорных отношений между поставщиками и покупателями товаров. Оптовые базы и покупатели товаров превратились в самостоятельных, равноправных партнеров, руководствующихся в хозяйственных взаимоотношениях исключительно своими интересами и финансовой выгодой. Покупатели товаров теперь имеют право свободного выбора поставщиков и сами определяют формы хозяйственных связей с ними. При разовых, эпизодических закупках товаров у поставщиков покупатели по своему усмотрению могут закупать товары без заключения договоров на основе предъявленных заказов (заявок) или по договоренности сторон путем оформления платежных документов.

Договоры купли-продажи заключаются при стабильных хозяйственных взаимоотношениях сторон и достаточно крупных регулярных объемах поставок.

В договоре купли-продажи следует предусматривать количество, ассортимент и сроки поставки товаров, порядок поставки, качество и комплектность товаров, имущественную ответственность сторон.

В частности, в договорах важно предусмотреть порядок представления заявок на текущий завоз товаров, ответственность оптовых предприятий за каждый случай невыполнения заявки на доставку в магазины товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем, а также ответственность розничных торговых предприятий за каждый случай непредставления или несвоевременного представления заявки на доставку (завоз) в магазины товаров. В договоре следует предусмотреть возможность централизованной доставки товаров в подсортированном виде непосредственно в розничные торговые предприятия, порядок личной отборки товаров у поставщика, порядок расчетов, цены, порядок оказания оптовых торговых услуг и их стоимость, и другие условия.

Так же как и при оптовых закупках товаров, важно организовать регулярный учет оптовой продажи товаров с помощью ЭВМ и современной компьютерной техники, обеспечивающих непрерывный постоянный учет продажи товаров в ассортиментном разрезе по каждому покупателю.

Формы и методы оптовой продажи товаров

Оптовая продажа товаров, в отличие от розничной, представляет собой реализацию товаров оптовым покупателям (предприятиям или частным

лицам для дальнейшей перепродажи). Результат такой продажи выражается определенной суммой оптового товарооборота – одного из основных показателей деятельности оптового предприятия (фирмы).

Оптовая продажа товаров может осуществляться в двух формах – транзитом, когда оптовое предприятие продает товары без завоза их на свои склады, и продажей товаров со своих складов. Результатом этих форм продажи будет являться соответственно оптовый транзитный оборот и оптовый складской товарооборот.

В оптовом товарообороте баз преобладающий удельный вес приходится на оптовый складской товарооборот. Транзитный оборот оптовых баз, в свою очередь, подразделяется на оборот с участием в расчетах (оплаченный или с вложением базой собственных средств) и без участия в расчетах (неоплаченный, организуемый). При транзите с участием в расчетах база оплачивает поставщику стоимость отгруженного товара, которую затем получает со своих покупателей. При транзите без участия в расчетах поставщик предъявляет к оплате счета не оптовой базе, а непосредственно получателю. При организации транзитного оборота оптовая база выполняет посредническую роль между поставщиком и получателем. Однако она заключает с поставщиком и получателем договоры, предъявляет разрядки (наряды), контролирует выполнение договоров.

Трудоемкость транзитного оборота значительно ниже складского, поэтому при относительно высоких размерах транзитных наценок (накидок) он выгоден для оптовых баз. Оптовым покупателям следует в договорах с базами предусматривать возможность транзитных поставок товаров и размеры транзитных наценок (накидок).

Основанием для транзитной отгрузки товаров является наряд, который выписывается оптовым предприятием (базой) и адресуется конкретному поставщику (изготовителю), а копия отсылается покупателю – клиенту базы.

Наряд на несколько грузополучателей – это уже разрядка. Разрядки на I квартал, как правило, прилагаются к договору, а на последующие – представляются покупателем в определенный срок до начала соответствующего квартала. Копии разрядок высылаются всем грузополучателям. Наряды и разрядки выписываются по единообразным формам, содержащим корреспондентскую (реквизиты поставщика и покупателя, основание наряда, наименование плательщика) и фактурную (наименование товара, количество, цена, сумма и др.) части.

При оптовом складском обороте применяются следующие методы оптовой продажи товаров со складов:

- по личной отборке товаров покупателями;
- по письменным, телефонным, телеграфным, телетайпным, телефаксным заявкам (заказам);
- через разъездных товароведов (коммивояжеров) и передвижные комнаты товарных образцов;

- через автосклады;
- почтовыми посылками.

Продажа товаров с личной отборкой практикуется, как правило, по изделиям сложного ассортимента (ткани, швейные изделия, трикотаж, галантерея и др.), когда выбор фасонов, рисунков, расцветок требует участия (ознакомления) представителя покупателя.

Для создания удобств покупателям в отборе товаров оптовые базы потребительской кооперации организуют оптовую продажу товаров через залы товарных образцов или торгово-коммерческие павильоны.

Зал товарных образцов – это коммерческий центр современной базы. В нем сосредоточена основная работа, связанная с организацией продажи товаров: ознакомление покупателей с образцами товаров, имеющихся на складах, а также с новыми товарами, оформление соответствующей документации на продажу и оперативный учет товаров. Здесь выделены рабочие места товароведов с необходимым организационно-технологическим оснащением.

В залах товарных образцов размещаются также рабочие места товароведов-реализаторов и фактуристов, которые в зависимости от специализации складов формируются в соответствующие отделы и группы. Товаровед-реализатор вместе с представителем покупателя на основе ознакомления с образцами и отбора покупателем товаров оформляет в трех экземплярах заказ (отборочный лист) на отборку товаров на складе, который они оба и подписывают. Один экземпляр заказа передается покупателю для контроля, другой – для выписки счета-фактуры, третий – на склад для индивидуальной отборки и подготовки товаров к отпуску. Для учета движения товаров товароведы-реализаторы заполняют карточки количественно-суммового учета, которые сводятся в картотеки для каждой товарной группы.

Продажа товаров по письменным, телеграфным и телефонным заявкам без предварительной личной отборки осуществляется по товарам простого ассортимента или хорошо известным товарам сложного ассортимента.

Заявки, поступающие на базу по почте или телефону, регистрируют в специальном журнале, проверяют с точки зрения соответствия заключенному договору и передают на исполнение. Заявки рекомендуется составлять на бланках установленной формы, изготовленных типографским способом и разосланных покупателям.

К эффективным формам оптовой продажи относится торговля через передвижные комнаты товарных образцов и разъездных товароведов, а также через автосклады. Передвижные комнаты товарных образцов оборудуются в кузовах автомашин, оснащаются выдвижными ящиками, витринами с образцами различных товаров, а также списками, альбомами и каталогами, на основе которых разъездной товаровед оформляет в магазинах заявки (заказы) на доставку товаров.

В отличие от передвижных комнат товарных образцов автосклады загружаются на базе товарами и, выезжая по графику, отпускают товары магазинам. С помощью автоскладов можно наладить эффективное снабжение мелких и отдаленных магазинов с одним продавцом, не закрывая их на время выезда продавца за товаром.

Отдельные оптовые базы организуют через почтовые отделения связи отправку населению или магазинам посылок с различными непродовольственными товарами. Эта форма торговли осуществляется по специальным каталогам, в которых дается характеристика (описание) отправляемых посылками товаров, а также условия их оплаты и порядок заказа. Отправка посылок с товарами непосредственно населению называется индивидуальной или розничной посылочной торговлей, магазинам – мелкооптовой посылочной торговлей. Индивидуальная посылочная торговля, или торговля по каталогам, имеет перспективы для своего развития, учитывая ее удобства для населения, особенно для жителей небольших населенных пунктов, где отсутствует стационарная розничная торговая сеть.

В некоторых развитых странах (Германия, Великобритания, США), несмотря на наличие многочисленной розничной торговой сети, крупных универмагов, супермаркетов и других торговых предприятий, торговля по каталогам посредством отправки товаров с посылочных баз или из магазинов получила достаточно широкое распространение, предоставляя покупателям возможность совершать покупки на дому.

Оптовые предприятия могут применять и другие формы и методы оптовой продажи.

В условиях рыночных отношений оптовые фирмы организуют также и розничную продажу товаров населению через собственные магазины (палатки), склады или используя автомагазины. В этих случаях оптовые предприятия фактически трансформируются в оптово-розничные фирмы или торговые дома.

3. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам

Продажа товаров оптовыми предприятиями в рыночных условиях не может рассматриваться как главная функция опта. Эффективность оптовой торговли характеризуется также количеством и качеством услуг, оказываемых оптовыми предприятиями своим клиентам – покупателям и поставщикам товаров. Состав и виды оптовых торговых услуг могут быть самыми разнообразными, исходя из условий товародвижения и информационно-коммерческого обслуживания участников рыночных отношений.

При этом деятельность оптовых предприятий, помимо функции реализации товаров, включает широкий спектр услуг, оплачиваемых как поставщиками – производителями товаров, так и предприятиями розничной

торговли. В этих условиях финансовое состояние оптовых предприятий будет зависеть не только от величины оптового и прочего оборота, но и от количества и качества услуг, предоставляемых ими поставщикам и покупателям товаров.

Для клиентов-покупателей оптовые предприятия должны оказывать следующие услуги:

- оценка потребностей и спроса;
- преобразование производственного ассортимента в торговый (подсортировка, фасовка, упаковка, маркировка и т. п.);
- хранение товарных запасов;
- доставка товаров;
- кредитование закупки;
- концентрация товарной массы;
- информационное и консалтинговое обслуживание и др.

По отношению к клиентам-поставщикам услуги оптовой торговли должны состоять в следующем:

- централизация коммерческой деятельности;
- поддержка процесса перехода прав собственности на товар;
- инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;
- минимизация кредитного (коммерческого) риска;
- маркетинговое обслуживание.

Широкий спектр оптовых услуг позволит оптовым предприятиям в условиях рынка успешно функционировать в конкурентной рыночной среде, избежать убыточности и добиться эффективной работы.

Оптовые предприятия должны заинтересовать своих контрагентов, привлечь их оказанием различных оптовых услуг. В этой связи важное значение имеет развитие такой услуги опта, как коммерческое кредитование, финансирование сделок. Опыт западных оптовых посредников показывает, что выбор канала товародвижения зависит от того, насколько его организатор может сам кредитовать рыночные сделки заинтересованных сторон.

В практической деятельности оптовые фирмы зачастую финансируют производителя тем, что предоставляют ему заказ на определенный товар с гарантией его реализации и при этом в виде аванса оплачивают часть заказанной партии товаров. Финансирование розничных предприятий оптовые базы осуществляют путем реализации им товара с отсрочкой платежа. Условия предоставления кредитов разнообразны и зависят от объема торговой сделки, кредитоспособности покупателя, качества реализуемой продукции, экономической конъюнктуры.

Важным направлением развития функций оптовых посредников в процессе формирования рыночных отношений является развитие услуг по управлению и консалтингу.

В перечень специализированных услуг входят консультации по

использованию товаров, особенно технически сложных, их ремонту и гарантийному обслуживанию. Именно в оптовой торговле, где уровень знаний специалистов достаточно высок, следует организовывать службы по послепродажному гарантийному обслуживанию и консультированию клиентов.

Одна из главных особенностей рыночной экономики в ее развитом виде состоит в том, что в основе формирования и циркуляции материальных потоков лежит не только движение капиталов, но и информация.

Именно опт, используя свое положение в качестве пункта пересечения информационных потоков, способен в полном объеме обеспечить сбор, накопление и обработку коммерческой информации (после обобщения и анализа) и передачу ее контрагентам.

Таким образом, расширение комплекса предоставляемых услуг – неотъемлемая часть совершенствования всей хозяйственной деятельности оптовых баз, в том числе взаимоотношений с промышленными предприятиями (поставщиками) и розничной торговлей.

Состав и виды оптовых услуг, как было показано выше, могут быть самыми различными, но по функциональному назначению можно выделить следующие основные комплексы услуг:

- технологические – по хранению, подсортировке, фасовке, упаковке, маркировке, транспортно-экспедиционные и др.;
- коммерческие – помощь в рекламировании товаров, комиссионные, посреднические, по поиску поставщиков товаров и оптовых покупателей и т. п.;
- организационно-консультативные – консультации по вопросам ассортимента и качества товаров, эксплуатации изделий, организации розничной продажи, изучения спроса, маркетинга и др.;
- информационные – сбор, накопление, обработка коммерческой информации и передача ее контрагентам;
- финансовые – по организации торгово-расчетных операций (кредитование сделки на льготных условиях, наличные и безналичные расчеты, авансовая оплата и т. п.).

Услуги, предоставляемые оптовой базой своим клиентам, как правило, должны быть платными и способствовать активизации оптовой деятельности. Конкретные размеры оплаты услуг следует устанавливать в заключаемых между оптовым предприятием и клиентами договорах. Они должны отражать расходы на эти услуги с учетом их трудоемкости и обеспечения нормальной рентабельности этих операций, а также экономически заинтересовывать оптовые базы в оказании услуг своим клиентам.

Таким образом, доходы оптового предприятия складываются из продажи товаров – торговых надбавок и платы за оптовые торговые услуги.

3. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров

Коммерческая работа по розничной продаже товаров складывается из следующих этапов:

- изучение и прогнозирование покупательского спроса на реализуемые в магазинах товары;
- формирование оптимального ассортимента товаров в магазине;
- рекламно-информационная деятельность розничных торговых предприятий;
- выбор наиболее эффективных методов розничной продажи товаров;
- организация оказания торговых услуг покупателям.

Коммерческая работа по продаже товаров в розничных торговых предприятиях в отличие от оптовых предприятий имеет особенности.

Розничные торговые предприятия реализуют товары непосредственно населению, т. е. физическим лицам, применяя свои, специфические способы и методы розничной продажи.

Торговое обслуживание населения предполагает наличие специально устроенных и оборудованных торговых помещений, приспособленных для наилучшего обслуживания покупателей, подбора и формирования торгового ассортимента и возможности его оперативного изменения в соответствии с изменившимся спросом населения, постоянного изучения и учета потребительских запросов покупателей, умения предложить и продать товар каждому конкретному человеку.

Розничная торговая сеть в отличие от оптовой характеризуется большой территориальной раздробленностью, наличием большого числа небольших по площадям и товарообороту предприятий, и ее деятельность можно отнести преимущественно к сфере малого бизнеса.

Согласно установленным критериям численности работающих в предприятиях розничной торговли большая часть предприятий в торговле отнесена к малым предприятиям. От руководителей (менеджеров) этих предприятий требуется большая предприимчивость и инициатива в коммерческой работе по организации сбыта (продажи) товаров населению, умению хорошо обслужить покупателей, противостоять конкурентам и обеспечить нормальную прибыль.

В рыночных условиях розничная торговля в России ориентируется на развитие торговли в странах с развитой рыночной экономикой, где сосредоточены большие людские ресурсы, привлекаются значительные финансовые средства, широко внедряются достижения науки и техники.

Доля торговли (оптовой и розничной) в этих странах в общем числе занятых превышает 20% общего числа работающего населения. Для западных стран характерен постоянный приток рабочей силы в сферу торговли при уже достигнутых значительных масштабах ее использования.

Такое положение объясняется тем, что внутри сферы торговли

возникла потребность в новых видах коммерческой деятельности, обеспечивающих наибольшую эффективность процесса продажи товаров. Создаются специальные службы по изучению и прогнозированию потребительского спроса, контролю за деятельностью магазинов, анализу и определению эффективности тех или иных форм и методов торговли, разработке и конструированию новых видов изделий на основе прогнозов вероятного спроса, внедрению стандартизации и маркированию, информации покупателей о потребительских качествах и свойствах новых товаров, организации выставок и т. д.

Расширяется и совершенствуется послепродажное обслуживание. На этот вид услуг приходится до 5% оборота торговой фирмы. Создаются и получают широкое распространение специализированные фирмы послепродажного обслуживания технически сложной продукции. В торговле этих стран наблюдается процесс укрупнения магазинов как за счет строительства на новых местах, так и за счет закрытия мелких малоэффективных лавок.

Широкое развитие получают гипер- и супермаркеты, располагающие торговой площадью от 1500 до 10 000 м² и более и насчитывающие свыше 10 тыс. наименований товаров.

Преимущества магазинов с большой торговой площадью очевидны: высокая скорость товарооборота, более низкие издержки обращения. Например, издержки на зарплату в супермаркетах ниже, чем в обычных магазинах, в среднем на 10–20%.

В США на долю супермаркетов приходится 2/3 оборота продовольственной торговли, в Западной Европе – больше половины.

Торговля производится по методу самообслуживания. С переходом на самообслуживание меняется состав занятых в розничной торговле: сокращается численность традиционных продавцов, с одной стороны, и возрастает спрос на квалифицированных продавцов-консультантов – с другой; растет удельный вес инженерно-технического состава, конторских служащих, персонала, обслуживающего торговое оборудование, – механиков, ремонтников, наладчиков.

Внедрение электронных устройств в торговлю повышает спрос на квалифицированных специалистов-программистов, кассиров-контролеров. В торговле все больше используется труд архитекторов, дизайнеров, художников.

Изменение форм собственности в торговле Российской Федерации привело к резкому увеличению самостоятельности торговых предприятий, в положительную сторону изменилось отношение каждого работника к своему делу – к помещению магазина, его сохранности, оборудованию, товару. Коммерческая инициатива и предприимчивость получили широкий простор в организации продажи товаров.

Важным коммерческим условием успешной продажи товаров в

розничной торговой сети является изучение и прогнозирование покупательского спроса населения. В отличие от оптовых предприятий, где эта работа направлена главным образом на изучение объема спроса по крупным территориальным образованиям, изучение и прогнозирование спроса в розничной торговле направлены на определение ассортиментной структуры спроса.

Спрос в розничной торговле изучают специалисты – маркетологи, экономисты, коммерсанты торговых фирм, объединений или крупных магазинов.

Ассортиментную и внутригрупповую структуру спроса отражают данные о продаже и запасах товаров, а также сведения о неудовлетворенном спросе. Основные первичные данные о внутригрупповой структуре спроса можно получить только на розничных торговых предприятиях. Для этого следует организовать учет продажи товаров и запасов по широкой номенклатуре товарного ассортимента, регистрацию неудовлетворенного спроса и требований покупателей к качеству отдельных видов и разновидностей товаров.

Организация сбора, обработки и анализа информации о внутригрупповой структуре продажи и запасов товаров по внутригрупповой структуре товарного ассортимента – сложная и трудоемкая задача.

Это обусловлено прежде всего тем, что во внутригрупповом ассортименте товаров каждого магазина насчитываются тысячи и десятки тысяч разновидностей. Учет движения такого огромного ассортимента возможен лишь с использованием современной компьютерной техники. В развитых странах по значительной части продовольственных товаров на каждой товарной единице нанесен единый универсальный товарный штриховой шифр (код), служащий идентификатором товара.

По непродовольственным товарам используются специальные этикетки, приспособленные для автоматического считывания. С помощью кассовых терминалов в магазине обеспечивается автоматическое считывание шифра и запись полной характеристики товаров.

Сведения о продаже товаров в магазинах по телефонным (телетайпным, телефаксным) каналам связи передаются в вычислительный центр распределительного склада и центральный вычислительный центр торговой компании (объединения). Такая система сбора и обработки информации обеспечивает полное и оперативное изучение реализованного спроса и позволяет специалистам по закупкам торговой фирмы давать поставщикам товаров разовые заказы высокого качества на поставку товаров в полном соответствии с размерами продажи товаров и имеющимися запасами.

В небольших розничных торговых предприятиях могут использоваться неавтоматизированные (немеханизированные) методы учета внутригрупповой структуры реализованного спроса.

Для такого учета используются оперативные данные о запасах и поступлении товаров, материалы инвентаризации, на основе которых определяются фактическая продажа отдельных товаров за большие периоды и обороты по продаже. В качестве таких методов используют и учет продажи по товарным чекам или товарным ярлыкам и некоторые другие методы.

Наряду с учетом реализованного спроса в магазинах для изучения спроса организуется сбор информации по анализу товарных запасов, учету неудовлетворенного спроса и требований покупателей к качеству товаров. Подробно эти способы изучения спроса рассматриваются в курсе маркетинга.

Важным элементом коммерческой работы по сбыту является формирование оптимального ассортимента товаров в магазине. Установление оптимального ассортимента магазина находится в прямой зависимости от типа и специализации торгового предприятия.

В отечественной розничной торговле, как и за рубежом, наблюдаются процессы концентрации торговых предприятий, особенно в крупных городах России, которые происходят одновременно с процессами универсализации и специализации торговых предприятий, созданием небольших смешанных магазинов (палаток) по торговле продовольствием.

В рыночных условиях ни одно торговое предприятие не может успешно осуществлять сбыт (реализацию) товаров без использования рекламы в том или ином ее виде. Известный лозунг “Реклама – двигатель торговли” верно, отражает глубинную сущность рекламы – стимулировать сбыт товаров, двигать торговлю.

В условиях рынка реклама не только двигатель торговли, но и двигатель бизнеса, коммерции.

В розничной торговле для стимулирования сбыта товаров должны использоваться различные виды рекламы – от самых простых – оформление оконных и внутримагазинных витрин, организация рекламных выставок товаров до более сложных – печатной, радиотелевизионной и других современных ее видов.

Выбор эффективных методов розничной продажи товаров – важнейший этап коммерческой работы розничных торговых предприятий. Эффективно организованная продажа товаров способствует росту товарооборота магазина, лучшему удовлетворению спроса населения и обеспечивает рентабельную работу предприятия.

3. Методы розничной продажи товаров

Характер и структура операций по продаже товаров зависят прежде всего от ассортимента реализуемых товаров и методов их продажи. Так, на выбор товаров повседневного спроса покупатель затрачивает значительно меньше времени, чем на товары периодического или редкого спроса. В

магазинах, применяющих различные методы продажи, содержание операций по продаже товаров также существенно отличается. Под такими операциями понимают совокупность приемов и способов реализации товаров покупателям.

В розничной торговле применяют следующие методы продажи товаров:

- самообслуживание;
- через прилавки обслуживания;
- по образцам;
- с открытой выкладкой и свободным доступом покупателей к товарам;
- по предварительным заказам.

Продажа товаров на основе самообслуживания – один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров.

Этот метод предусматривает свободный доступ покупателей к выложенным в торговом зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределять функции между работниками магазина. Отобранные товары оплачиваются в узлах расчета, обслуживаемых контролерами-кассирами.

При самообслуживании изменяются технологическая планировка торгового зала и других помещений магазина, организация материальной ответственности, товароснабжение, а также функции работников магазина.

Этот метод применяется при продаже большинства продовольственных и непродовольственных товаров. Исключение составляют бытовые электроприборы и машины, холодильники, ковры и ковровые изделия, сервизы и хрусталь, велосипеды, мотоциклы, моторы, лодки, палатки, радио- и телевизионная аппаратура, радиодетали, ювелирные изделия, часы, сувениры и некоторые другие товары, требующие других методов продажи, поскольку при выборе указанных товаров покупателям, как правило, необходимы индивидуальная помощь и консультация продавцов. Товары, требующие нарезки, упаковки и т. д., продают в магазинах самообслуживания через прилавки индивидуального обслуживания.

В магазинах самообслуживания функции работников торгового зала сводятся в основном к консультированию покупателей, выкладке товаров и контролю за их сохранностью, выполнению расчетных операций. Процесс продажи здесь состоит из следующих основных операций:

- встреча покупателя и предоставление ему необходимой информации о реализуемых товарах, оказываемых услугах и т. д.;
- получение покупателем инвентарной корзины или тележки для отбора товаров;
- самостоятельный отбор товаров покупателем и доставка их в узел

расчета;

- подсчет стоимости отобранных товаров и получение чека;
- оплата купленных товаров;
- упаковка приобретенных товаров и укладка их в сумку покупателя;
- возврат инвентарной корзины или тележки для отбора товаров на место их концентрации.

Перечень этих операций может быть расширен при продаже технически сложных товаров, когда требуется помощь продавца-консультанта (его консультация, проверка исправности товаров и т. д.).

Торговый персонал должен обеспечивать строгое соблюдение установленных правил торговли. Так, не разрешается требовать от покупателей, входящих в торговый зал магазина самообслуживания, предъявления приобретенных ими в других магазинах товаров, ставить на них штампы или какие-либо отметки, а также обязывать оставлять личные вещи.

При желании покупатель может оставить у входа в торговый зал хозяйственную сумку, портфель и т. д., при этом магазин обязан обеспечить их сохранность.

Отобранные товары покупатели укладывают в инвентарную корзину или тележку и доставляют в узел расчета.

Здесь происходит расчет как за товары, отобранные покупателем, так и за товары, отпущенные ему через прилавок обслуживания (в магазинах, где не все товары продают по методу самообслуживания). В узле расчета покупателю вручают кассовые чеки, служащие подтверждением правильности расчетов, а в случае необходимости – основанием для обмена товаров. Запрещено устраивать двойной контроль при расчетах с покупателями. Администрация магазина имеет право проводить лишь выборочную проверку правильности оплаты и контролировать работу кассира.

Для того чтобы ускорить расчетные операции с покупателями, в магазине рекомендуется оборудовать единый узел расчета. Напряженность работы контролеров-кассира в часы пик следует регулировать. Для расчетов с покупателями, совершившими мелкие покупки (1–2 предмета), выделяют “экспресс-кассы”.

Ускорению расчетов с покупателями способствует также применение быстродействующих и автоматизированных кассовых машин, а также механизированных расчетных узлов с механизмом для автоматической выдачи сдачи, конвейером для перемещения товаров и другими устройствами, облегчающими и ускоряющими расчетные операции с покупателями.

Несмотря на существенные преимущества метода самообслуживания, в период перехода к рыночным отношениям годами создававшаяся сеть магазинов самообслуживания оказалась практически полностью

разрушенной. Если до начала перестройки магазинов самообслуживания было более половины от их общего числа, то в период перестройки осталось 5–7%. Основной причиной такого сокращения этих магазинов явилась их нерентабельность в связи с участвовавшими случаями хищения товаров.

Продажа товаров через прилавки обслуживания включает выполнение следующих операций:

- встреча покупателя и выявление его намерения;
- предложение и показ товаров;
- помощь в выборе товаров и консультация;
- предложение сопутствующих и новых товаров;
- проведение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием, отмериванием;
- расчетные операции;
- упаковка и выдача покупок.

Пришедший в магазин покупатель должен встретить приветливое отношение со стороны торгового персонала.

При этом благоприятное впечатление оставляют опрятный внешний вид работников магазина, порядок и чистота в торговом зале. Выявление намерения покупателей заключается в определении их отношения к видам, сортам и другим признакам товаров. Эта операция должна выполняться торговым персоналом ненавязчиво, в вежливой форме.

После выявления намерения покупателя продавец показывает соответствующие товары. При этом он обращает внимание на особенности отдельных товаров, предлагает взамен отсутствующих другие однородные товары. Если потребуются, продавец обязан дать квалифицированную консультацию покупателю, которая может включать сведения о назначении товаров и способах их эксплуатации, нормах потребления, соответствии предлагаемых товаров современной моде и т. д.

Консультация должна способствовать пропаганде новых товаров, воспитанию у потребителей эстетических вкусов. Для проведения консультаций в крупных магазинах приглашают специалистов промышленных предприятий, производящих товары народного потребления, модельеров, врачей-косметологов и других специалистов. В обязанности продавца входит и предложение покупателю сопутствующих товаров.

На выполнение технологических операций, связанных с нарезкой, взвешиванием, отмериванием, затрачивается много труда и времени. На качество их выполнения, а следовательно, и на уровень обслуживания покупателей существенно влияет квалификация торгового персонала, а также организация и обслуживание рабочего места продавца.

Завершается продажа товаров расчетом с покупателями и выдачей им покупок. Эти операции могут выполняться на рабочем месте продавца или контролера-кассира.

При продаже технически сложных товаров с гарантийным сроком

службы, кроме перечисленных операций, продавец обязан сделать отметку в паспорте на изделие, выписать товарный чек и его копию вручить покупателю.

Продажа товаров по образцам предусматривает выкладку образцов в торговом зале и самостоятельное (или с помощью продавца) ознакомление с ними покупателей. После выбора товаров и оплаты покупки продавец вручает покупателю товары, соответствующие образцам.

При этом методе продажи рабочие запасы размещают отдельно от образцов. Данный метод удобен тем, что на сравнительно небольшой площади торгового зала можно выставить образцы достаточно широкого ассортимента товаров.

Как правило, этот метод применяется при продаже технически сложных и крупногабаритных товаров, а также тех товаров, которые требуют перед их отпуском покупателю отмеривания и нарезки. Этим методом осуществляют продажу бытовых холодильников, стиральных машин, осветительных, отопительных и нагревательных приборов, швейных машин, телевизоров, радиоприемников, музыкальных инструментов, мотоциклов, мотороллеров, велосипедов, мебели, тканей и других товаров.

Выставленные в торговом зале образцы товаров должны быть снабжены четко оформленными ярлыками, в которых указывают наименование товара, артикул, сорт, наименование изготовителя, цену. В случае необходимости продавцы оказывают покупателям консультативную помощь.

Продажу крупногабаритных товаров по образцам сочетают с доставкой их покупателям на дом со складов магазина, оптовых баз или промышленных предприятий – изготовителей. Это позволяет сократить потребность розничных торговых предприятий в складских помещениях, уменьшить совокупные транспортные расходы и избавить покупателей от хлопот, связанных с доставкой приобретенных товаров.

При продаже товаров с открытой выкладкой и свободным доступом покупатель имеет возможность самостоятельно ознакомиться и отобрать выложенные на рабочем месте продавца товары. Их выкладывают на прилавках, стендах, в горках, вывешивают на вешалках и т. д. Функции продавца при этом методе продажи сводятся к консультированию покупателей, помощи в отборе товаров, взвешиванию, упаковке и отпуску отобранных ими товаров. Расчетные операции могут осуществляться в кассах, установленных в торговом зале или на рабочем месте продавца.

Продажа товаров с открытой выкладкой более удобна по сравнению с традиционными методами, так как многие покупатели имеют возможность одновременно знакомиться с выложенными образцами товаров, не отвлекая при этом продавцов на выполнение функций, связанных с показом товаров и информацией об их ассортименте. Применение этого метода позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность

магазина и повысить производительность труда продавцов. Как правило, этот метод применяется при продаже тех товаров, реализация которых в магазинах самообслуживания осуществляется через прилавки обслуживания (ткани, обувь, чулочно-носочные изделия, бельевые товары, галантерея, школьно-письменные товары, посудо-хозяйственные и другие непродовольственные и некоторые продовольственные товары).

Удобен этот метод и при продаже одежды. Покупатели имеют возможность самостоятельно или с помощью продавца-консультанта ознакомиться с фасонами, моделями, размерами, цветом швейных изделий, примерить их, проконсультироваться с продавцом-консультантом и сделать окончательный выбор.

При продаже товаров по этому методу особое внимание должно быть уделено размещению и выкладке их на рабочем месте продавца. Мелкие предметы выкладывают насыпью на прилавочные витрины. Более крупные товары располагают стопками на прилавке. Выкладывая товары, их группируют по видам и ценам. Выложенные товары нельзя накрывать стеклом, скреплять между собой.

Товары должны быть снабжены ярлыками-ценниками, прикрепленными к ячейкам кассет специальными зажимами.

Швейные изделия на вешалках размещают по размерам, фасонам, моделям, расцветкам, ценам.

Торговля по предварительным заказам удобна для покупателей, так как позволяет им экономить время на приобретение товаров. По предварительным заказам продают преимущественно продовольственные товары, а также непродовольственные товары сложного ассортимента. Заказы могут быть приняты в магазине, автомагазине, по месту работы или на дому покупателей.

Они могут быть поданы в устной или письменной форме. Расчет осуществляется путем предварительной оплаты в кассе магазина или посредством почтового перевода (при продаже топлива и строительных материалов), а также путем оплаты стоимости товаров в момент их получения.

Предварительно заказанные товары могут быть доставлены на дом или вручены покупателю в магазине. Заказы на продовольственные товары должны быть выполнены в течение 4–8 ч. По непродовольственным товарам срок выполнения заказа устанавливается в зависимости от вида товаров и возможностей его исполнения. Особенно удобен этот метод продажи товаров для жителей небольших населенных пунктов, которые через магазины “Товары повседневного спроса” или автомагазины могут заказать технически сложные товары или другие товары длительного пользования, не теряя при этом время на поездки в другие населенные пункты для их приобретения.

Независимо от применяемого метода продажи товаров работники

магазинов должны строго соблюдать правила торговли, содержащиеся в основных правилах работы магазина, правилах розничной торговли отдельными продовольственными и непродовольственными товарами и в других документах (санитарных правилах для продовольственных магазинов, правилах пользования мерами и измерительными приборами и т. д.).

Помимо рассмотренных выше методов розничной продажи товаров в зарубежной практике получили распространение и другие, достаточно эффективные методы продажи товаров.

Например, тенденция приближения розничного обслуживания к потребителю нашла свое выражение в торговле через автоматы. Наибольшее распространение она получила в США, где через автоматы ежегодно реализуется свыше 1,5% розничного товарооборота. Здесь с помощью автоматов продаются, кроме табачных и кондитерских изделий, книги, аптекарские и косметические товары, канцелярские принадлежности и предметы домашнего обихода. Имеются полностью автоматизированные магазины, где торговля производится круглосуточно.

Торговля по почте – особая форма универсальной торговли без магазина. Посылочная торговля получила большое распространение в высокоразвитых странах. В Великобритании эту форму торговли используют 18 млн чел. – почти треть населения страны.

В Германии с помощью посылочной торговли осуществляется свыше 5% объема розничного товарооборота. Главное удобство посылочной торговли для населения – продажа товаров в кредит с рассрочкой платежа. При покупке товара покупатель обязан уплатить 5% стоимости товара (товар высылается на седьмой день после оформления заказа), а остальная сумма погашается в течение 5–9 месяцев в зависимости от вида товара. Торговля по почте особенно популярна среди работающих замужних женщин, а также в районах, где недостаточно развита розничная торговая сеть.

Электронная коммерция (виртуальная торговля). В последние годы появился новый вид безмагазинной торговли, имеющей много общего с почтовой, – “электронная”, под которой понимается осуществление покупок на дому с помощью персональных компьютеров. Оплата за купленный товар также осуществляется через компьютер при помощи специальных кредитных карточек.

Перспектива этой торговли обусловлена прогрессирующим развитием в стране Интернета, а также достаточно высокой подготовленностью многих корпоративных и индивидуальных пользователей к применению информационно-телекоммуникационных технологий в коммерции.

За рубежом постоянно слышатся сообщения, что крупные предприятия или целые отрасли отныне будут совершать свои закупки через Интернет или, что создают в нем свои постоянные электронные торговые сайты. Электронные сделки между этими предприятиями и корпорациями резко

снижают издержки при покупке и продаже сырья, товаров, продукции. Электронная торговля между предприятиями (бизнес-партнерами) получила название “бизнес-бизнес”. На первом этапе развития электронной коммерции этот вид торговли между бизнес-партнерами должен получить в России приоритетное направление развития, учитывая остроту проблемы поставки продукции для госнужд посредством предприятий.

Дальнейшее развитие и совершенствование информационно-технологического и организационно-правового обеспечения значительно расширит возможности применения электронной торговли компаний с потребителями (физическими лицами), т. е. по формуле “бизнес–потребитель”. Опыт такой торговли в России имеется (ГУМ и др.).

Развитие этих видов электронной коммерции позволит активно включить Россию в передовую эру научно-технического прогресса, чем весьма характерен наступивший XXI век – век электронной торговли.

Организация оказания торговых услуг покупателям

Качество торгового обслуживания в значительной степени определяется количеством и качеством дополнительных торговых услуг, оказываемых магазинами покупателям товаров.

В развитой торговле их удельный вес весьма высок. Осуществление актов купли-продажи товаров при высоком качестве организации торговли неразрывно связано с разнообразными операциями по обслуживанию покупателей.

Именно эти дополнительные услуги по своей сущности становятся доминирующими по массе затрачиваемого на них труда (раскрой купленных тканей, прием заказов на пошив одежды, доставка товаров на дом, установка купленных технически сложных товаров на дому у покупателей, прием заказов от покупателей на вязку и ремонт трикотажных изделий, мелкая переделка и подгонка одежды, мелкий ремонт технически сложных товаров, растяжка головных уборов и обуви, выполнение граверных работ, комплектование и оформление подарков и т. д.).

Дополнительные торговые услуги можно подразделить на три вида:

- связанные с покупкой товаров;
- связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров;
- связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина.

Первая группа услуг включает прием предварительных заказов на временно отсутствующие в продаже товары, упаковку товаров, доставку крупногабаритных товаров на дом покупателю и др.

Довольно обширен круг услуг, оказываемых покупателям после

приобретения товаров. К ним относят раскрой купленных в магазине тканей; мелкую переделку и подгонку по росту и фигуре покупателя готового платья, приобретенного в магазине; прием заказов на пошив одежды, столового и постельного белья из ткани, купленной в магазине; установку на дому у покупателей приобретенных в магазине холодильников, телевизоров, электрических и газовых плит и др.

В третью группу входят такие услуги, как организация кафетерия или буфета при универмаге или другом крупном магазине; ремонт технически сложных товаров; устройство при магазинах детских комнат или уголков, камер хранения купленных в магазине товаров и вещей покупателей, оборудование вблизи магазинов стоянок для велосипедов, мотоциклов, автомашин и крытых площадок для детских колясок и т. д.

Услуги, оказываемые магазинами, могут быть платными или бесплатными. К бесплатным относят услуги, непосредственно связанные с продажей товаров (консультации продавцов и специалистов, рекламная информация и т. д.).

Другие услуги, предоставление которых связано для магазинов с дополнительными затратами (раскрой тканей, доставка товаров на дом и др.), должны выполняться за плату по тарифам, утвержденным на местах, хотя в последнее время многие магазины, “борясь” за покупателя, оказывают некоторые из таких услуг бесплатно (например, доставку холодильников покупателю на дом).

Наиболее благоприятными условиями для оказания дополнительных услуг располагают крупные магазины: супер-маркеты, универмаги, универсамы и крупные специализированные магазины.

При этом преимущественное распространение получили такие виды услуг, как раскрой тканей; прием заказов на пошив одежды и подгонка одежды по фигуре покупателя; доставка товаров на дом; установка купленных в магазине технически сложных товаров на дому у покупателя; открытие при крупных магазинах кафетериев; организация коллективных выездов жителей отдаленных населенных пунктов, где отсутствует розничная торговая сеть по продаже товаров сложного ассортимента, в города и крупные населенные пункты для приобретения товаров в универсальных и специализированных магазинах, располагающих широким ассортиментом товаров. До перестройки такой опыт существовал в системе потребительской кооперации Советского Союза.

Раскрой купленных в магазине тканей выполняет закройщик. Для этих целей в торговом зале (в стороне от покупательского потока и вне зоны самообслуживания) отводится часть торговой площади (до 12 м²), на которой оборудуется рабочее место закройщика. Здесь устанавливают примерочную кабину с зеркалом, стол для закройщика, шкаф для хранения принятых в раскрой тканей и раскроенных изделий, стулья для покупателей, вешалки для верхней одежды и т. д.

Раскрой тканей осуществляется по выбранному покупателем фасону и по возможности в его присутствии. По просьбе покупателя закройщик дает ему консультацию. Здесь же покупатель может приобрести различные принадлежности для кройки и шитья (альбомы, выкройки и пр.). Закройщик может выезжать в отдаленные населенные пункты с автомагазином и на месте раскраивать ткани, приобретенные покупателями в автомагазине.

Крупные универмаги и специализированные магазины проводят прием заказов на пошив одежды из приобретенных здесь материалов. Для приема и выполнения заказов торговые организации приглашают мастеров местных ателье или швейных мастерских.

Для подгонки по фигуре покупателя одежды, приобретенной в данном магазине, в универмагах, где под готовую одежду отведено не менее 200 м² торговой площади, следует выделить под соответствующую мастерскую помещение площадью не менее 8 м² и оборудовать его швейной машинкой, гладильным столом и другой необходимой мебелью и оборудованием.

Доставке на дом покупателя подлежат крупногабаритные и тяжелые товары (мебель, телевизоры, холодильники, строительные материалы и т. д.). Заказы на эту услугу следует принимать в течение всего рабочего дня магазина. День и время доставки товаров должны быть согласованы с покупателем. Для доставки товаров универмаги могут использовать как собственный транспорт, так и транспорт городских, районных или кооперативных транспортно-экспедиционных контор. Такую услугу, как установка купленных в магазине технически сложных товаров на дому у покупателей (телевизоров, холодильников, стиральных машин и т. п.), оказывают преимущественно универмаги и крупные специализированные магазины.

Кафетерии организуют преимущественно в крупных универмагах, универсамах и специализированных магазинах. Их размещают вне зоны самообслуживания и оснащают холодильным оборудованием, кофеваркой, оборудованием для продажи соков, кафетерийной стойкой, специальными обеденными столами и другим оборудованием. В кафетериях продают кофе, чай, молочные коктейли, бутерброды, кондитерские изделия и т. д.

Кроме перечисленных дополнительных услуг в магазинах могут оказываться и другие удобные для покупателей услуги. Например, в универмагах рекомендовано предоставлять и такие услуги, как комплектование праздничных наборов из имеющихся товаров; продажа цветов, периодических изданий, лекарственных средств и др.; в продовольственных магазинах – прием стеклопосуды на дому у населения, консультации покупателей по домашнему консервированию продуктов, организация отделов обслуживания инвалидов, престарелых и многодетных семей (с доставкой товаров на дом).

Широкий набор торговых услуг, оказываемых населению, позволяет привлечь в магазины больше покупателей и увеличить получаемые доходы.

6. Сущность и виды торгов

Статья 447 ГК РФ предусматривает, что договор, если иное не вытекает из его существа, может быть заключен путем проведения торгов. В этом случае договор заключается с лицом, выигравшим торги.

В качестве организатора торгов может выступать собственник вещи или обладатель имущественного права либо специализированная организация. Специализированная организация действует на основании договора с собственниками вещей или обладателями имущественных прав и выступает либо от их имени, либо от своего имени.

Торги проводятся в форме **аукциона** или **конкурса**.

Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену, а по конкурсу – лицо, которое по заключению конкурсной комиссии, заранее назначенной организатором торгов, предложило лучшие условия.

Аукционы и конкурсы могут быть **открытыми и закрытыми**. В открытом аукционе или конкурсе может участвовать любое лицо. В закрытом аукционе или конкурсе участвуют только лица, приглашенные для этой цели.

Торги могут быть:

- внутренними и международными.

Извещение о проведении торгов должно быть сделано организатором не менее чем за тридцать дней до их проведения (ст. 488 ГК РФ). Извещение должно содержать сведения о времени, месте и форме торгов, их предмете и порядке проведения, в том числе об оформлении сведений о начальной цене.

В случае, если предметом торгов является только право на заключение договора, в извещении о предстоящих торгах должен быть указан предоставляемый для этого срок.

Если иное не предусмотрено в законе или в извещении о проведении торгов, организатор открытых торгов, сделавший извещение, вправе отказаться от проведения аукциона в любое время, но не позднее чем за три дня до наступления даты его проведения, а конкурса – не позднее чем за тридцать дней до проведения конкурса. В случаях, когда организатор открытых торгов отказался от их проведения с нарушением указанных сроков, он обязан возместить участникам понесенный ими реальный ущерб.

Организатор закрытого аукциона или закрытого конкурса обязан возместить приглашенным им участникам реальный ущерб независимо от того, в какой именно срок после направления извещения последовал отказ от торгов.

7. Сущность и организационные формы аукционов

Аукцион (от лат. *auctio* – продажа с публичного торга) – способ продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, с публичного торга в заранее установленное время и назначенном месте.

Аукционные торги – вид рыночной торговли, при которой продавец, желая получить максимальную прибыль, использует прямую конкуренцию нескольких покупателей, присутствующих при продаже. При этом продавец назначает стартовую цену товара, которая увеличивается в ходе аукциона до предельного уровня исходя из платежеспособности присутствующих при продаже покупателей.

Этот вид торговли используется преимущественно для сбыта сравнительно ограниченного перечня товаров: пушнина, предметы антиквариата, художественные изделия, лошади, изделия из драгоценных металлов и др.

Аукционы организуются предприятиями (фирмами), специализирующимися на их проведении, например акционерными обществами, кооперативами, ассоциациями и т. п. Аукционы могут проводиться и предприятиями, для которых торги не являются основным видом деятельности, однако уставом предусмотрено право на их проведение. К этой организационной форме относят аукционы, проводимые биржами, салонами художников, музеями, постоянно действующими выставками, торговыми организациями и предприятиями и др.

В зависимости от порядка организации аукционы бывают:

а) **принудительные**, которые проводят, как правило, государственные организации с целью продажи конфискованных, невостребованных и неоплаченных товаров, заложенного и не выкупленного в срок имущества и т. п., и

б) **добровольные**, проводимые по инициативе владельцев товаров (имущества) с целью наиболее выгодной их продажи.

По технологии проведения аукционы также различаются. При так называемом согласном аукционе торги начинаются с объявления минимальной цены, установленной продавцом, после чего покупатели делают к ней надбавки (наддачи) на величину не ниже минимальной надбавки, указанной в правилах проведения торга. Другие аукционы ведутся с постепенным понижением первоначально названной, явно завышенной, стартовой цены (это так называемый аукцион с понижением цен, или голландский) до тех пор, пока один из покупателей не выразит согласия купить данный товар по этой цене.

Аукционный торг с повышением цен может вестись гласным и негласным способами.

При негласном (немом) торге покупатели подают аукционисту заранее условленные знаки о согласии поднять цену на установленную величину надбавки. Аукционист каждый раз объявляет новую цену, не называя покупателя. Негласное проведение торга позволяет сохранить втайне имя

покупателя.

Аукционы являются коммерческими организациями, располагающими соответствующими помещениями, оборудованием и квалифицированным персоналом. У нас в стране аукционной торговлей пушниной занимается Санкт-Петербургский пушной аукцион, торговлей племенными лошадьми – аукцион в Москве, Ростове-на-Дону, Пятигорске. Санкт-Петербургский пушной аукцион принимает на комиссию товары продавцов и из других стран. Покупателями товаров на этих аукционах являются преимущественно крупнейшие оптовые фирмы зарубежных стран.

В отличие от обычной продажи на аукционе исключается ответственность продавца за качество проданного товара.

8. Порядок проведения аукциона

Управление проведением аукциона осуществляется аукционным комитетом. В его состав включаются председатель (директор аукциона), коммерсант, юрисконсульт, эксперт, аукционист, бухгалтер.

Для приема товаров на аукцион продавцы должны оформить так называемое предложение по выдвигению товара на аукцион. В предложении указывается полное наименование товара, его краткое описание, характеристика потребительских свойств и качества, данные о количестве экземпляров, а также сведения о владельце.

Товары (имущество), продаваемые на аукционе, подлежат экспертной оценке с привлечением необходимых специалистов, которая завершается установлением стартовой цены. В некоторых случаях продавец и работники аукционного комитета могут договариваться о “резервной” цене, ниже которой товар не может быть продан. Все условия аукционной продажи товара фиксируются в аукционном соглашении, подписываемом заинтересованными сторонами.

Принятые от продавцов товары сортируются в зависимости от качества и вида по лотам (стандартная партия или единица товара) и от каждой партии отбирается образец. Каждому лоту присваивают номер, по которому он будет продаваться с аукциона. По завершении сортировки аукцион составляет аукционную ведомость, выпускает каталог с указанием номеров лотов, который рассылается возможным покупателям с приложением правил аукционного торга. Обязательное условие организации аукциона – заблаговременное предоставление потенциальным покупателям возможности ознакомиться с товарами. Все товары, заявленные для продажи и внесенные в аукционную ведомость, должны быть предварительно выставлены для осмотра, с тем чтобы потенциальные покупатели имели возможность до аукциона ознакомиться с подлинными экземплярами товаров, так как после продажи товара на аукционе никакие претензии к качеству не принимаются (кроме скрытых дефектов).

Аукционы заблаговременно оповещают продавцов (поставщиков) о сроках проведения торга. Для этого до начала аукциона, как правило, за 1,5–2 месяца, в прессе помещаются рекламные объявления с указанием условий, места и времени проведения торгов, количества и ассортимента предлагаемых к продаже товаров. Весьма эффективным средством информирования служат красочно оформленные рекламные щиты и транспаранты, располагаемые в местах проведения аукциона, на территории торговых предприятий, фасадах зданий, где проводится аукцион. На транспарантах, рекламных афишах указывают режим работы аукциона, дату и время проведения торгов, перечень принимаемых к продаже товаров, имущества и др. Наряду с этим может применяться радио- и телевизионная реклама, рассылка возможным покупателям рекламных брошюр-проспектов, рекламных листков и т. д.

Торги начинаются в заранее определенный день и час и проводятся в основном в специальном аукционном зале.

При гласном способе аукционист объявляет номер очередного лота, называет начальную цену и спрашивает: “Кто больше?” Если очередного повышения цены не предлагается, аукционист после троекратного вопроса “Кто больше?” ударяет молотком, подтверждая, что данный лот продан последнему, назвавшему наивысшую цену.

Покупатель, желающий приобрести товар, поднимает сигнальную табличку, лицевая сторона которой обращена к аукционисту, и объявляет цену, превышающую стартовую. Аукционист повторяет каждую предложенную покупателями цену и называет место, откуда поступила цена. В тех случаях, когда из-за отсутствия интереса к данному лоту или по причине сговора покупателей не удастся достичь намеченного уровня продажной цены, аукционист имеет право без объяснений снять лот с торга и выставить его позже снова. После окончания торгов по данному лоту покупатель оформляет аукционную сделку. Для оплаты купленного на аукционе товара бухгалтер выписывает товарный чек в двух экземплярах, в котором указывает наименование товара, номер информационной карты, номер лота, окончательную аукционную цену, сведения о покупателе, дату продажи. На основании оплаченного товарного чека бухгалтер регистрирует продажу товаров в аукционной ведомости для последующего распределения аукционной выручки (разницы между стартовой и продажной ценами) между владельцем товара и организаторами аукциона.

Порядок распределения аукционной выручки предусматривается в аукционном соглашении.

В некоторых европейских странах применяются автоматизированные способы проведения торгов. Изменения цены в сторону повышения или понижения фиксируются покупателями с помощью электрических кнопок, подсоединенных к циферблатам, на которых отражается цена. Лот покупает тот, кто первый нажмет электрическую кнопку, останавливающую стрелку

циферблата. Покупатель определяется по заблокированной горячей лампочке. Автоматизированные системы проведения аукциона позволяют существенно ускорить процесс проведения торгов.

9. Организация проведения конкурсов (тендеров)

Одним из методов размещения (выдачи) заказов на поставку товаров и подрядов на выполнение определенных работ является проведение конкурса или тендера (международного торга).

Конкурс (тендер) – особая форма выдачи заказов на поставку товаров или подрядов на выполнение работ, которая предполагает привлечение предложений от нескольких поставщиков или подрядчиков с целью обеспечения наиболее выгодных коммерческих и других условий сделки для организаторов торгов.

Суть конкурсных торгов кратко можно охарактеризовать следующим образом: покупатель (заказчик) объявляет конкурс для продавцов (поставщиков) на товар или услуги с заранее определенными характеристиками и после сравнения полученных предложений подписывает договор (контракт) с тем продавцом (поставщиком) или подрядчиком, который предложил наиболее выгодные для покупателя (заказчика) условия.

В современных условиях конкурсные торги являются распространенным способом размещения государственными организациями, а также предприятиями частного сектора заказов на поставку машин, оборудования, военной техники, крупных партий сырья, выполнение научных, проектных и изыскательных работ, сооружение промышленных и социальных объектов. Кроме заключения договоров купли-продажи и подряда, конкурсы могут применяться при заключении арендных и лизинговых соглашений, осуществлении инвестиционных и других проектов.

В нашей стране в период массовой приватизации государственной собственности конкурсные торги широко применялись государственными органами при продаже объектов государственной собственности, имущества и акций в частную собственность. В частности, одними из методов приватизации являлись продажа по инвестиционному конкурсу и продажа по коммерческому конкурсу.

При продаже по инвестиционному конкурсу право приобретения акций по номинальной стоимости получает лицо, предложившее за это право максимальные инвестиции в развитие данного акционерного общества на наиболее благоприятных для последнего условиях.

При продаже по коммерческому конкурсу право приобретения акций получает лицо, предложившее за них максимальную цену и согласившееся выполнить определенные условия, установленные перед проведением конкурса.

Конкурсные торги подразделяются на **внутренние и международные.**

Международные торги (tenders) – способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов, предполагающий привлечение к определенному, заранее установленному сроку предложений от нескольких поставщиков или подрядчиков разных стран и заключение контракта с тем из них, предложение которого наиболее выгодно организаторам торгов (по цене и другим коммерческим и техническим условиям).

Тендеры в современных условиях получили довольно широкое распространение. Они играют важную роль в поиске и отборе контрагентов для заключения сделок на поставку машин и оборудования, строительство объектов “под ключ”.

Наиболее часто торги как метод закупок применяются развивающимися странами. На их долю приходится до 80% общего числа проводимых в зарубежных странах тендеров на машины и оборудование.

В большинстве развивающихся стран действующее законодательство обязывает импортеров закупать за границей товары (в особенности оборудование), стоимость которых превышает определенную сумму, только через торги.

В зависимости от способа проведения различают торги открытые (публичные) и закрытые (ограниченные или негласные).

К участию в открытых торгах привлекаются все желающие фирмы и организации: как местные, так и иностранные. Путем открытых торгов в основном размещаются заказы на стандартное и универсальное оборудование, а также на небольшие по объему подрядные работы.

К участию в закрытых торгах приглашаются лишь определенные фирмы, которым высылаются специальные приглашения. В основном это престижные, известные в данной области производства фирмы, имеющие большой опыт и хорошо технически вооруженные. Через закрытые торги размещаются заказы на уникальное, сложное и специальное оборудование, комплектные изделия и пр.

Организаторы торгов, принявшие решение о размещении заказов через торги, создают тендерные комитеты, в состав которых входят технические и коммерческие эксперты, представители администрации. Председателями тендерных комитетов, как правило, назначаются руководители организаций, производящих закупки.

Тендерные комитеты осуществляют всю организационную работу по проведению торгов. Они публикуют объявления о торгах, распространяют их условия между участниками, анализируют представленные предложения и выносят решения о победителе конкурсного торга, которому и передается заказ. Условия торгов, как правило, представляют собой отпечатанные типографским способом документы, содержащие порядок представления предложений, рассмотрения их тендерным комитетом и принятия решений о передаче заказов. Они включают технические и коммерческие условия

контрактов, которые будут подписаны между заказчиками и выигравшими торги поставщиками, а также перечни специальных гарантий, которые должны представить участники торгов.

Информация о предстоящих торгах представляется по-разному, в зависимости от вида торгов. При проведении открытых торгов в официальных, в основном в правительственных, органах печати (газетах, экономических журналах, специальных бюллетенях по торгам) помещаются объявления. В этих объявлениях содержатся лишь основные сведения о торгах, в частности, наименование организации, проводящей торги, номер торгов, наименование и количество товара или объем работ, на поставку и выполнение которых объявлены торги, порядок и срок представления предложений и др. В объявлении указывается также, где могут быть получены подрядные условия, спецификации, чертежи и другие документы, в которых содержатся все необходимые сведения о торгах. Такие объявления публикуются за один или полтора месяца до дня проведения торгов. Крупные торги объявляются за два-три месяца. Информация в иностранных источниках, как правило, дается заблаговременно, что позволяет фирмам-экспортерам своевременно подготовить необходимые предложения.

Иностранные источники не только перепечатывают объявления о торгах из национальных бюллетеней, газет и журналов, но и публикуют информацию, которую они получают от торговых палат стран, проводящих торги, или от своих торговых миссий, представителей или консульства, а также от филиалов или агентских фирм, находящихся в странах, объявляющих торги.

При проведении закрытых торгов порядок информации другой. Извещения о предстоящих торгах получают лишь отдельные фирмы, которые либо хорошо известны организаторам торгов по ранее выполнявшимся заказам, либо являются широко известными и солидными фирмами в данной отрасли.

К установленному тендерным комитетом сроку закрытия торгов их участники готовят комиссионные, технические и коммерческие предложения. С целью сохранения коммерческой тайны участники торгов передают свои предложения в последние минуты перед закрытием торгов. После закрытия торгов участники не имеют права менять условия своих предложений и обязаны в случае получения заказа выполнить его строго в соответствии с представленными предложениями. Чтобы исключить возможность отказа участников от своих предложений, условия торгов предусматривают обязанность претендентов предоставлять банковские гарантии серьезности предложений (bid bond) в размере 1–3% общей суммы предложения.

В день закрытия торгов тендерные комитеты организуют публичное вскрытие предложений. В присутствии всех участников торгов руководители тендерных комитетов вскрывают пакеты с предложениями, называют фирмы

или составы консорциумов, подавших предложения, а также объявляют предложенные участниками цены. Такие торги называются гласными.

При проведении негласных торгов тендерные комитеты не производят публичного вскрытия предложений и не объявляют ни состава участников, ни предложенных ими условий.

Выбор поставщика и присуждение заказа могут последовать непосредственно после вскрытия и оглашения поступивших тендеров в тех случаях, когда речь идет о выборе предложения с самыми низкими ценами при аналогичных других условиях конкурентных предложений.

Однако чаще всего, в особенности при поставках оборудования, принятие окончательного решения о выборе поставщика и передаче заказа производится вышестоящей организацией через определенный период времени (иногда через несколько недель или месяцев). Это объясняется прежде всего тем, что сравнение предложений, определение выгоды каждого из них требует известного времени: необходимо сравнить большое число технических показателей и учесть разнообразные коммерческие условия, охватывающие не только цену и срок поставки, но и длительность кредита, форму расчета, условия поставки и приемки товаров и др. В конкурсном отборе решающую роль могут играть не только цена и другие коммерческие условия, но и высокое качество производимых фирмой изделий (работ), наиболее приемлемые для заказчика сроки исполнения контракта, порядок выполнения работ, возможности привлечения в случае необходимости квалифицированных субпоставщиков или субподрядчиков.

Оферент (участник торгов), предложение которого принято, получает об этом соответствующее извещение. Остальные же оференты, как правило, не оповещаются о результатах торгов, но, направив соответствующий запрос в тендерный комитет, могут получить интересующую их информацию. В некоторых странах результаты торгов публикуются в специально выпускаемых бюллетенях или газетах.

В соответствии с условиями торгов во всех странах оферент, выигравший торги на оборудование, обязан внести залог в качестве гарантии выполнения заказа и всех условий поставки. Его величина, как правило, составляет от 5 до 10% стоимости заказа. После выполнения заказа гарантийный залог возвращается поставщику, причем способ этого возврата также может быть различным: либо целиком после поставки оборудования, либо частями по мере выполнения заказа (пропорционально поставкам). Организаторы торгов, выступающие после проведения торгов уже в роли заказчиков, имеют право использовать этот залог для покрытия отдельных претензий, возникающих в ходе выполнения заказа (в случае поставки некачественного оборудования, нарушения сроков поставки и т. п.).

Завершающим этапом проведения конкурсных торгов является подписание контракта с фирмой, выигравшей торги. Содержание такого контракта в основном аналогично обычному контракту купли-продажи.

Однако иногда он может содержать некоторые специфические условия, касающиеся способов перевозки или использования торгового флота своей страны и др.

Заключение сделки по результатам торгов может производиться также путем принятия (акцепта) предложения оферента без последующего подписания обеими сторонами контракта.

Размещение заказов через торги дает значительное преимущество покупателям. Проведение торгов обостряет конкуренцию между поставщиками, а в случае участия в них консорциумов поднимает ее на уровень состязания союзов крупнейших компаний. В результате такого обострения конкурентной борьбы заказы получают компании или консорциумы фирм, нередко пользующиеся экономической поддержкой своих правительств и имеющие возможность при участии в торгах предлагать на свои товары и услуги более низкие цены, обеспечивая тем самым получение прибыли за счет государственного стимулирования экспорта.

Несмотря на все сложности, связанные с участием в международных торгах, российские внешнеторговые компании накопили значительный опыт участия в таких торгах и используют этот метод работы на внешнем рынке при борьбе за получение заказов на машины и оборудование из промышленно развитых и развивающихся стран.

Вопросы для контрольных работ

1. Сущность и организационные формы аукционов.
2. Порядок проведения аукционов.
3. Организация проведения конкурсов (тендеров).
4. Формирование товарных рынков как условие деятельности товарных бирж. 5.
- Биржевой товар.
6. Биржевые сделки.
7. Сущность биржевых сделок.
8. Виды биржевых сделок.

РАЗДЕЛ IV. ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА УСЛУГ

Тема 9: Основы формирования услуг высшего образования

- 1. Рынок образовательных услуг**
- 2. Корпоративные университеты в России**

1. Рынок образовательных услуг

В общей системе рынков реформируемой российской экономики

особое место занимает рынок услуг образования, который представляет собой систему экономических отношений по купле-продаже этих услуг. Формирование его регулируется законом спроса и предложения образовательных услуг. Это не означает изолированности данного рынка от общего макроэкономического равновесия, от наличия доходов населения, от затрат структур образования, их значимости в развитии реального или финансового сектора.

Рынку образовательных услуг высшей школы присуща своя сегментация. К настоящему времени здесь сформировалось три сегмента, или три типа рыночных отношений:

- *сегмент рынка предобразовательных услуг (довузовское образование);*
- *сегмент рынка образовательных услуг (вузовское образование);*
- *сегмент рынка послеобразовательных услуг (послевузовское образование).*

Сегмент *предобразовательных рыночных отношений* охватывает период до получения высшего образования, т.е. до поступления в высшее учебное заведение. Предобразовательные рыночные отношения возникают между производителем образовательных услуг вузом и потребителем образовательных услуг-абитуриентом. Они включают в себя профориентационную работу в вузе, подготовительные курсы, дни открытых дверей, ярмарки учебных мест и т.д. Покупателями на этом рынке выступают выпускники общеобразовательных школ или их родители. Это могут быть и лица, имеющие начальное или среднее профессиональное образование (выпускники профессионально-технических и других училищ, техникумов, колледжей и т.д.), также окончившие школу ранее и по каким-либо причинам не поступавшие в высшие учебные заведения.

Сегмент рынка вузовских рыночных отношений возникает между субъектами непосредственно в процессе производства - предоставления и потребления образовательных услуг. *Субъектами* образовательных рыночных отношений являются:

- преподаватель - производитель образовательных услуг;
- студент - потребитель образовательных услуг;
- государство-заказчик образовательных услуги высококвалифицированных кадров и регулятор рынка образовательных услуг;
- фирма - заказчик образовательных услуг;
- домашнее хозяйство - заказчик образовательных услуг;
- вуз, осуществляющий организацию производства образовательных услуг и высококвалифицированных специалистов, тем самым выполняющий заказы государства, фирм и домашних хозяйств.

Система отношений в сегменте рынка образовательных услуг между главными субъектами: преподавателем, студентом, вузом,

государством - является основным звеном в системе подготовки высококвалифицированных специалистов.

Послеобразовательные отношения возникают на рынке рабочей силы после завершения обучения в вузе и получения определенной специальности.

Совокупность данных сегментарных подразделений отражает рынок образовательных услуг высшей школы, занимающий особое место в общественном производстве.

Говоря о рынке образовательных услуг, следует подчеркнуть, что это не обычный рынок, регулируемый преимущественно в ходе конкурентной борьбы. Высокая его значимость для общества делает этот рынок социально ориентированным, механизмы конкуренции на нем играют подчиненную роль по отношению к механизмам государственного регулирования.

На рынке образовательных услуг особенно велика роль общественных институтов, принуждающих субъектов рынка при реализации своих интересов соблюдать интересы общества. Без развитой системы институтов современный рынок не может эффективно функционировать, невозможно и быстрое развитие российской экономики по инновационному пути, умножение человеческого потенциала нации.

Найти грань между государственным и рыночным регулированием сложно. Вряд ли в данном случае можно обратиться к зарубежному опыту: американская высшая школа тяготеет к частному образованию, европейская - к государственному.

С точки зрения геополитики, менталитета, истории Россия гораздо ближе к европейскому стилю, однако многие специальности (особенно управленческой и экономической направленности) тяготеют к американским стандартам и учебникам. Если добавить к этому еще и собственные, прежде высокие традиции российского образования, то получим противоречивую картину современного развития высшей школы.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что рынок **услуг высшего образования** является сложной системой отношений государства, предприятий и граждан по поводу подготовки и поддержания конкурентоспособного уровня специалистов народного хозяйства. Высшая школа должна гармонично вписаться в единую систему непрерывного образования и обеспечить высокий уровень подготовки специалистов, который позволит российским предприятиям войти в систему мирового хозяйства.

Формирование рынка образовательных услуг в настоящее время и в перспективе должно опираться на существующую систему образования, проводиться целенаправленно в рамках общегосударственной реформы, с учетом необходимости обеспечения системы непрерывного образования. Заинтересованность общества в успехах системы образования должна

выражаться в информационной, технической, организационной, правовой, политической и, конечно, финансовой поддержке.

Рассмотрим детально только один аспект данной проблемы, связанный с развитием высшей школы. Однако прежде считаем необходимым остановиться на вопросе разделения рынка образовательных услуг на субрынки (подсистемы образования).

До настоящего времени выделение отдельных подсистем в образовании является мало-формализованным. К сожалению, этому вопросу не уделяется должного внимания.

В государственной программе "Стратегия для России: образование", посвященной определению роли и функций образования в обществе, в разделе "Структурная перестройка системы образования" выделяются следующие подсистемы:

- детское дошкольное воспитание;
- начальная школа;
- общее среднее образование;
- профессиональное образование.

На этом структуризация заканчивается. Положительным моментом данной программы можно считать констатацию того, что дошкольное образование должно стать частью общего обязательного образования. Однако отсутствие полного структурирования всех форм профессионального образования позволяет сделать вывод, что эта стратегическая программа не доведена до логического конца.

На наш взгляд, общая структура системы непрерывного образования может быть разделена на две подсистемы: общего и профессионального образования. Общее образование должно являться обязательным для всех граждан страны и включать дошкольное образование, начальную школу и общее среднее образование. Профессиональное образование должно быть обязательным для развитой страны, однако в России следует заложить эту "обязательность" как одну из стратегических целей общественных институтов, регулирующих систему образования.

Профессиональное образование подразделяется на три группы: довузовское профессиональное (начальное и среднее) образование, высшее (высшее и послевузовское профессиональное) и корпоративное обучение.

Обе подсистемы включают в себя блоки трех уровней (см. рисунок).

В свою очередь каждый из блоков, входящих в общее и профессиональное образование, может быть структурирован.

| Система непрерывного образования | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| Общее образование | Профессиональное образование |

| | |
|---------------------------|------------------------|
| Дошкольное образование | образование |
| Начальное образование | |
| Общее среднее образование | |
| | Высшее образование |
| | Корпоративное обучение |

Рис. Структура системы непрерывного образования

В частности, высшая школа должна обеспечивать подготовку не только специалистов с высшим образованием, но и научных кадров (аспирантов и докторантов), а также некоторые формы переобучения и повышения квалификации специалистов, реализуя права граждан на второе (и более) высшее образование."

Подобные функции высшей школы предусматривает существующее законодательство. Так, Федеральным законом "О высшем и послевузовском профессиональном образовании", принятым в 1996 г., было введено разделение учреждений высшей школы на университеты, академии и институты. Выделены различные ступени высшего профессионального образования, разделяющие всех выпускников вузов на бакалавров, дипломированных специалистов и магистров. В Законе говорится о кандидатах и докторов наук, однако никаких их отличительных свойств не указано.

Отметим, что наряду с положительными моментами этот закон содержит некоторые противоречия и недостатки. Например, вопросы, связанные со ступенями высшего профессионального образования, требуют, на наш взгляд, доработки. Действительно, "дипломированный специалист" обозначается в Законе как "квалификация", тогда как бакалавры, магистры, кандидаты и доктора наук являются "степенями". Разница между базовыми выпускниками при этом заключается лишь в годах обучения: степень бакалавра можно получить за 4 года, квалификацию дипломированного специалиста - за 5 лет, степень магистра - за 6 лет. Между тем известно, что по некоторым специальностям с особой ответственностью (например, медицинским) требуется 6-7 лет обучения.

На наш взгляд, недостаточно расшифрована разница между видами высших учебных заведений. Это стало причиной смешения названий вузов (см. таблицу).

Так, каждый вуз реализует профессиональные образовательные программы высшего и послевузовского образования, но только университеты делают это "по широкому спектру направлений подготовки (специальностей)", а институты послевузовским образованием занимаются "как правило". При этом ни "ширина", ни "правила" не оговорены, поэтому каждый понимает их как может, исходя из собственных выгод.

Не вполне ясным представляется распределение Законом по отдельным позициям "реализации образовательных программ" и

"осуществления" подготовки, переподготовки и (или) повышения квалификации работников.

Представляется, что требуют уточнения рекомендации для всех видов вузов по фундаментальным и (или) прикладным научным исследованиям, которые университеты и академии должны "выполнять", а институты "вести". Последний пункт, лишаящий преподавателей институтов иметь возможность создавать собственные методические разработки, в свою очередь, принуждает университеты и академии стать "ведущими".

Сравнительные характеристики различных видов высших учебных заведений в РФ

| <i>Университет</i> | <i>Академия</i> | <i>Институт</i> |
|---|--|--|
| Реализует образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования по широкому спектру направлений подготовки | Реализует образовательные программы высшего и послевузовского профессионального образования | Реализует образовательные программы высшего профессионального образования, а также, как правило, образовательные программы послевузовского |
| Осуществляет подготовку, переподготовку и (или) повышение квалификации работников высшей квалификации, научных и научно-педагогических работников | Осуществляет подготовку, переподготовку и (или) повышение квалификации работников высшей квалификации, для определенной области научной и научно-педагогической деятельности | Осуществляет подготовку, переподготовку и (или) повышение квалификации работников для определенной области профессиональной деятельности |
| Выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования по широкому спектру наук | Выполняет фундаментальные и прикладные научные исследования преимущественно в одной из областей науки или культуры | Ведет фундаментальные и (или) прикладные научные исследования |

| | | |
|--|---|---|
| -Является ведущим научным и методическим центром в областях своей деятельности | Является ведущим научным и методическим центром в области своей | – |
|--|---|---|

Большое значение в настоящее время играет корпоративное образование.

Корпоративное образование могло бы удовлетворять преимущественно две потребности:

- обучения на среднем профессиональном уровне и переквалификации;
- повышения квалификации работников со средним профессиональным и высшим образованием.

Таким образом, обеспечивая собственные потребности в формировании работников нужного профиля, корпоративные учебные центры не смогут заменить высшей школы.

2. Корпоративные университеты в России

«Корпоративный университет – это система внутрифирменного обучения, объединенная единой концепцией в рамках стратегии развития организации и разработанная для всех уровней руководителей и специалистов» [6].

Основными функциями корпоративных институтов являются:

- функции обучения,
- **функция накопления корпоративных знаний** в форме, обеспечивающей их наиболее эффективную передачу обучаемым.
- **управление образовательным процессом**, которое должна позволять определять необходимость обучения для различных команд и категорий обучаемых, проводить его планирование и всестороннее обеспечение, оценивать эффективность полученных результатов и вносить соответствующие коррективы в образовательный процесс.
- Разработка конкретных требований к результатам образовательного процесса и определение минимально допустимых уровней этих требований.

Вполне возможно наличие и других функций, например *социологической службы*, обеспечивающей мониторинг мнений, уровней взаимоотношений, корпоративной культуры, PR и т.д.

Главной *задачей* университета не ограничивается просто повышением квалификации сотрудников. У корпоративного университета более масштабные задачи. Предполагается, что он должен повышать

конкурентоспособность организации и помогать в реализации ее долгосрочной стратегии. Фактически, вместе с постановкой системы внутрикорпоративного обучения формируется и сама компания, ее управленческая структура.

Во многих странах мира сегодня корпоративные университеты являются важнейшим элементом образования и корпоративной культуры. Идея корпоративных университетов зародилась в 1960-х гг. в компании McDonald's.

С целью адаптации выпускников школ МВА компания организовала собственный образовательный центр Hamburger University. В Россию идею корпоративного университета в начале 1990-х гг. принесли крупные западные корпорации.

В России корпоративные университеты начали появляться с 1999 года. Первый из них - созданный в том же 1999 году компанией "ВымпелКом" университет "Би Лайн".

Механизмы их развития и концепции, к сожалению, практически не известны. Можно привести следующий далеко не полный перечень известных корпоративных университетов в России, имеющих свои представительства.

- *Корпоративный университет компании "Северсталь".*
- *Корпоративный университет компании "РУСАЛ".*
- *Система обучения в АФК "Система".*
- *Корпоративный университет ЗАО КБ "Citibank".*
- *Корпоративный университет компании "Росгосстрах".*
- *Корпоративный университет компании "ВымпелКом".*
- *Корпоративный учебный центр ОАО "МГТС".*
- *Учебный центр компании "Вимм-Билль-Данн".*
- *Учебный центр компании "ИНКОМ-Недвижимость".*
- *Центр Страхованиего Образования компании "РОСНО".*
- *Система подготовки персонала в компании "Норильский Никель".*
- *Корпоративный университет ОАО "Ростелеком".*
- *Корпоративный университет компании "КРАФТ".*
- *Учебный центр ОАО "Донской Табак".*
- *Корпоративный университет компании "Motorola".*
- *Учебный центр компании "МИАН".*
- *Учебный центр компании "Radisson Славянская".*
- *Корпоративный университет телекомпании "ТНТ".*
- *Учебный центр компании "Перекресток".*
- *Учебный центр компании "ЛБР-Групп".*
- *Корпоративное обучение в группе компаний "Виктория".*

На Западе основной причиной появления корпоративных университетов было обострение конкуренции в условиях глобализации экономики. В России эта причина не всегда является доминирующей.

Российские компании в последнее время сталкиваются с изменением внешней и внутренней бизнес-среды.

Например, при расширении бизнеса компании требуется большое количество менеджеров среднего звена, которые исповедовали бы единую управленческую культуру и обладали бы практическими навыками работы в конкретной корпоративной среде. Руководство компании вынуждено задуматься о создании единой управленческой культуры и технологий во всех своих подразделениях и бизнес-процессах.

Кроме того, квалифицированный управленческий персонал все чаще становится фактором стратегического преимущества. Это обстоятельство особенно важно с точки зрения обеспечения конкурентоспособности российских предприятий по сравнению с зарубежными. Поэтому неудивительно, что многие компании начали активно развивать системы корпоративного обучения менеджеров.

Корпоративные университеты помогают решить множество других задач компании.

Это может быть:

- слияние нескольких бизнес-структур,
- проведение стратегических изменений,
- решение кадровых вопросов,
- развитие корпоративной культуры,
- создание самообучающейся организации.

Отсутствие прозрачной системы управления мешает российским компаниям привлекать инвестиции. Поэтому еще одной важной причиной возникновения корпоративных университетов в российских компаниях становится потребность привлечения иностранного капитала. Разработка и внедрение образовательных программ с привлечением зарубежных преподавателей повышает уровень доверия западных инвесторов к российской компании.

Есть еще один очень важный аспект в корпоративном обучении. Как показывает наш опыт, после завершения обучения обмен информацией между слушателями образовательной программы продолжается. Это способствует созданию сильных горизонтальных связей в системе управления корпорацией, а значит и повышению эффективности всей системы управления. У выпускников корпоративных университетов вырабатываются единый управленческий язык, взаимопонимание, культура коллегиального принятия решений.

Благодаря этому компания успешно преодолевает проблемы роста и слияния, формирует корпоративную культуру.

Таким образом, сегодня корпоративные университеты выполняют важную функцию в системе HR-менеджмента компаний, путем реализации определенных корпоративных образовательных программ. Цели и

содержание этих программ ориентированы на потребности крупного бизнеса и в значительной степени отличаются от существующей системы профессионального среднего и высшего образования. Но при этом, несомненно, оказывают определенное влияние на сложившуюся.

Вопросы для контрольных работ

1. Рынок образовательных услуг.
2. Корпоративные университеты в России.
3. Инфраструктура профессиональной поддержки предприятий: консалтинг, аудит, тренинг
4. Инфраструктура и регулирование организованного рынка
5. Услуги дошкольного образования
6. Роль государства в развитие рынка услуг
7. Зарубежный опыт развития корпоративных институтов

Тема 10: Инфраструктура профессиональной поддержки предприятий: консалтинг, аудит, тренинг

Отличительной чертой развитой рыночной экономики является наличие сектора профессиональных услуг по экономике и управлению, оказываемых предприятиям независимыми консультационными, аудиторскими и тренинговыми (образовательными) фирмами. Так, в США в этой отрасли занято 700 тыс. человек. В России по данным Ассоциации консультантов по экономике и управлению действуют более двух тысяч подобных фирм, в которых работают несколько десятков тысяч человек, и некоторое число специалистов консультируют на индивидуальной основе.

Оказание профессиональных услуг происходит не путем разовых консультаций, а преимущественно в форме консультационных (консалтинговых – от англ. consulting) проектов, включающих следующие этапы:

- 1) диагностика,
- 2) разработка решений,
- 3) реализация решений,
- 4) оценка результатов.

Субъектами, осуществляющими консультационные услуги, являются специальные фирмы и реже индивидуальные консультанты.

Таким образом, обыденное для отечественного менталитета восприятие понятия «консультант» как лица, время от времени занимающегося дачей советов или экспертных оценок в дополнение к своей основной профессиональной деятельности, является неверным для развитой рыночной экономики и объясняется незначительным (до недавнего времени)

уровнем развития вышеописанной сферы услуг в России.

Консультирование по управлению (менеджмент-консалтинг)

Это наиболее широкая форма профессиональных услуг, так как она имеет своим объектом управление, а управление, свою очередь, охватывает все сферы бизнеса. В соответствии с определением, данным Европейской федерацией ассоциаций консультантов по экономике и управлению (ФЕДКО), «менеджмент-консалтинг заключается, в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определения и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощи в их реализации».

Выделяют восемь основных разновидностей услуг, входящих в менеджмент-консалтинг:

1) стратегические вопросы развития: разработка и планирование общей стратегии развития, прогнозирование, организация филиалов, отделений и новых фирм, изменение формы собственности или состава собственников, приобретение имущества, акций или паев, совершенствование организационной структуры;

2) финансовые вопросы: финансовое планирование и контроль, налоги, бухгалтерский учет, размещение на рынке акций или паев, кредит, страхование, оценка стоимости предприятий или имущества;

3) управление кадрами: подбор сотрудников, контроль качества кадрового состава, система оплаты труда, повышение квалификации и обучение кадров, организация охраны труда и медицинского обслуживания, психологический климат в коллективе;

4) текущее управление производством и его обслуживанием: текущая организация и планирование производства, контроль качества продукции, материально-техническое снабжение, организация ремонта и капитальных вложений, технологические вопросы, организация НИОКР;

5) маркетинг и сбыт: формирование структурных подразделений по сбыту и маркетингу, подбор надежных партнеров-оптовиков, поиск новых заказчиков и рынков, стимулирование и исследование перспектив сбыта;

6) информационные технологии и системы: использование компьютеров и информационных систем в управлении;

7) управление проектом: решение комплекса управленческих проблем, возникающих при создании какого-либо нового объекта, подразделения, фирмы, выпуске нового товара и т. д.

8) экономико-экологические вопросы: исследование экологической обстановки, организация экологических служб и т.д.

Аудит и бухгалтерское консультирование

Аудит означает ревизию, бухгалтерскую проверку. Выступая в

качестве аудиторов, специалисты по бухгалтерскому учету изучают и контролируют финансовую отчетность компании и дают экспертную оценку относительно ее правильности, надежности и соответствия общепринятым стандартам.

Существует различие между аудиторской функцией и услугами по вопросам совершенствования бухгалтерского учета. В то время как консультирование по управлению в сфере бухгалтерского учета является услугой руководству фирмы, основная задача аудиторов – дать заключение о финансовом положении проверяемой компании для внешних наблюдателей. Аудиторское заключение в установленном законом порядке публикуется вместе с годовым отчетом о деятельности, данной компании. Аудиторские фирмы обычно получают специальные полномочия от государственных органов, наблюдающих за деятельностью компаний.

В некоторых странах аудит и бухгалтерское консультирование выступают совершенно обособленно; более того, там приняты специальные законодательные акты, запрещающие аудиторам предоставлять своим клиентам любые консультационные услуги, включая услуги по бухгалтерскому учету. Однако положительный эффект сочетания аудита с консультационными услугами очевиден: аудитор хорошо осведомлен о состоянии дел клиента, что позволяет лучше разработать рекомендации по улучшению ведения финансовой отчетности фирмы. У ведущих международных аудиторских фирм («большой шестерки») значительная часть их услуг приходится на консультирование.

Юридическое консультирование

Специфика юридического консультирования по сравнению с экономическим, которым занимаются менеджмент-консультанты, определяется различием профессий экономиста и юриста. Экономист консультирует в области того, что нужно делать для решения той или иной задачи (например, произвести тот или иной товар, выйти на такой-то рынок и т.д.), а юрист – в области того, что нельзя делать с точки зрения законодательства (например, запрещено продавать этот товар в такие-то страны, нельзя превышать допустимые нормы загрязнения при производстве и т.д.). Юристы руководствуются законами – нормативными актами государства, а экономисты и специалисты по управлению – законами рынка и человеческого поведения.

Таким образом, юридическое консультирование направлено на форму, а экономическое – на содержание деловых процессов.

Консультирование по организации производства и реализации

Обеспечение информационно-компьютерными технологиями. За последние десятилетия обеспеченность информационно-компьютерными технологиями стала серьезным фактором конкурентоспособности и успеха

во всех областях бизнеса. Поэтому, несмотря на увеличение числа специалистов в области информационных систем и программистов на предприятиях, руководство компаний заинтересовано в получении услуг от фирм, специализирующихся на подборе информационных технологий и их использовании. Эти фирмы оказывают услуги по применению новых информационных технологий в менеджменте и приспособлению стандартных программ к потребностям данного предприятия, выбору оборудования и интеграции вычислительных систем.

Инженерное консультирование (инжиниринг). Это консультационные услуги по инженерной подготовке и обеспечению сооружения и эксплуатации различных объектов. Вся совокупность инжиниринговых услуг делится на две группы: 1) услуги, связанные с подготовкой производственного процесса; 2) услуги по обеспечению нормального хода процесса производства и реализации продукции. Инжиниринговые услуги оказываются специализированными инженерно-консультационными фирмами, а также строительными и промышленными компаниями.

Подбор и оценка руководящих кадров (рекрутмент). Фирмы обращаются к консультантам по этому вопросу в случае, если они не хотят, открыто давать объявления о найме или считают, что консультанты могут предложить им лучших кандидатов благодаря своим знаниям в этой области, наличию базы данных и методов отбора кандидатов.

Консалтинговые фирмы такого профиля нацелены на изучение рынка высококвалифицированных и талантливых руководителей в определенной отрасли (например, транспорт), функциональной сфере (например, финансовый менеджмент) или в нескольких сферах вместе (например, финансовый менеджмент в транспортной компании). Они оперируют базой данных потенциальных кандидатов и используют рекламу. Многие рекрутментовые фирмы являются международными по сфере деятельности, они обслуживают клиентов из других стран и подбирают кадры для компаний, вкладывающих капитал в предприятия за рубежом.

Повышение квалификации (тренинг). Этот вид услуг является пограничным между консалтингом и обучением менеджменту. Повышение квалификации менеджеров осуществляется в виде курсов, конференций, семинаров и практических занятий, которые могут проходить как с отрывом, так и без отрыва от производства.

Отличие тренинговых программ от других учебных мероприятий состоит в том, что они осуществляются в форме, максимально приближенной к практике (деловые игры, психологический тренинг, ситуационный анализ и т.д.), на основе практических знаний консультантов-преподавателей, накопленных в процессе исследования и решения проблем на других предприятиях. Помимо осуществления обучающей функции тренинг способствует налаживанию контактов и последующего

взаимодействия между консультантами и менеджерами.

Маркетинг. Главная задача маркетинга – обеспечение рынка для сбыта продукции фирмы, формирование спроса. Консультанты по маркетингу обеспечивают подготовку решений в области сбыта, рекламы, работы с торгово-посредническими фирмами, осуществляют исследование рынка, дают рекомендации по производству новых товаров и их продвижению на рынок.

В развитой рыночной экономике наиболее сложной проблемой для предприятия является не производство, а продажа продукции, поэтому маркетинг представляет собой важнейшую функцию предприятия. В силу этого маркетинг является одной из наиболее обширных областей профессионального обеспечения бизнеса.

Консультирование по другим вопросам

Отношения с общественностью. Консультанты по отношению с общественностью приглашаются для того, чтобы подготовить соответствующую концепцию образа (имиджа) предприятия, помочь в составлении материалов для средств массовой информации, подготовить руководителей фирмы к даче интервью и проведению пресс-конференций, планировать проведение и прогнозировать возможные последствия мероприятий и т.д. Их опыт и знание характеристик других фирм позволяют создать запоминающийся положительный образ, способствующий формированию благоприятной среды для функционирования предприятия.

Лоббирование. Это легально осуществляемое воздействие на государственные органы (законодательные и исполнительные) для создания оптимальных условий осуществления деятельности фирмы. От отношений с общественностью этот вид услуг отличается направленностью на организацию взаимодействия с властями при осуществлении того или иного проекта или функции фирмы. Если в России понятие «лоббизм» до сих пор ассоциируется с чем-то противозаконным, чуть ли не считается синонимом коррупции, то в странах с развитой экономикой консалтинговые фирмы предоставляют своим клиентам (предприятиям, отраслевым ассоциациям и т.д.) услуги по взаимодействию с государственными органами на профессиональной основе. Это услуги в области подготовки и корректировки законопроектов и нормативных актов в соответствии с потребностями бизнеса, обоснования положительных решений по тем или иным обращениям бизнесменов к властям. Достоинством услуг консультантов по лоббированию является соблюдение полной легальности и знание методов воздействия на представителей властей.

Консультирование по ценным бумагам. Это консультирование включает два направления:

- 1) продажу ценных бумаг (акций, облигаций);
- 2) покупку ценных бумаг. Помимо консалтинговых фирм этими вопросами занимаются такие кредитно-финансовые институты, как

инвестиционные банки и инвестиционные компании, основной функцией которых является аккумуляция денежных средств частных инвесторов путем, как эмиссии собственных ценных бумаг (обязательств), так и помещения их в акции предприятий. Большинство такого рода фирм также предлагают широкий спектр консультационных услуг.

Деловая информация. Этот вид услуг отличается от перечисленных выше тем, что внедрение научных знаний осуществляется не только по заказу отдельных предприятий, но и в виде публикаций, поступающих в свободную продажу, пособий, справочников, статей, журналов, обзоров и т.д.

Важный аспект этого вида услуг – предоставление сведений, характеризующих надёжность фирм как деловых партнеров

Контрольные вопросы

1. Консультирование по ценным бумагам
2. Консультирование по организации производства и реализации
3. Повышение квалификации (тренинг).
4. Юридическое консультирование
5. Консультирование по управлению (менеджмент-консалтинг)

Перечень основной и дополнительной учебной литературы по дисциплине

| <i>№</i> | <i>Автор</i> | <i>Название основной учебной литературы</i> | <i>Выходные данные по стандарту</i> | <i>Количество экземпляров в библиотеке ДГИНХ</i> |
|---------------------------------------|---|---|-------------------------------------|--|
| I. Основная учебная литература | | | | |
| 1. | Ибрагимов Л.А www.knigafund.ru | Инфраструктура товарного рынка | Юнити-Дана, 2012. - 359 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 |
| 2. | Журавлева Г.И. http://www.knigafund.ru | Экономическая теория. Микроэкономика-1,2: Учебник | М.: Дашков и К, 2012. – 934 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября 2014г. |
| 3. | Гребнев Л.С. | | Логос, 2013. – | 300 в |

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| | http://www.knigafund.ru | Экономика для бакалавров: учебник | 240 с. | соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября 2014г. |
| <i>II. Дополнительная литература</i> | | | | |
| <i>A) Дополнительная учебная литература</i> | | | | |
| 1 | Генова М.Н., http://www.knigafund.ru | Культурная политика в системе инфраструктуры культуры региона | ОмГУ 2011. – 288 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября |
| 2 | Кучуков Р.А. | Государственное регулирование социально-экономических процессов. Учебное пособие | М.: "Издательство "Экономика", 2011. – 254 с. | 2 |
| 3 | Жельцова Е.Н., Е.В.Егорова http://www.knigafund.ru | Экономика и управление социальной сферой: Учебник для бакалавров | Дашков и К, 2015. – 496 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября 2014г. |
| 4 | Алехин Б.И. | Кредитно-денежная политика: Учебное пособие: | Юнити-Дана, 2012 г. – 135 с. | 4 |
| 5 | Жукова Е.Ф., Эриашвили Н.Д | Банки и небанковские кредитные организации и их операции: учебник | Юнити-Дана, 2012 г. – 559 с. | 2 |
| <i>Б) Официальные издания: сборники законодательных актов, нормативно-правовых документов и кодексов РФ (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)</i> | | | | |
| 1. Образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению 080100.62 «Экономика» утвержденного Министра образования и науки Российской Федерации от 21.12.2009 № 742 | | | | |
| 2. Приказ ФНС России от 13.02.2013 N ММВ-7-9/78@ "Об утверждении Концепции развития досудебного урегулирования налоговых споров в системе налоговых органов Российской Федерации на 2013 - 2018 годы" http://www.consultant.ru/popular/stockcomp/ | | | | |
| 3. Федеральный закон от 30.12.2006 N 281-ФЗ "О специальных экономических мерах" http://www.consultant.ru/popular/stockcomp/ | | | | |
| 4. Налоговый кодекс Российской Федерации (части I и II) - Официальный текст. – М.: | | | | |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| Омега – Л, 2014. – 877 с. | | | | |
| 5.Трудовой кодекс Российской Федерации - Официальный текст. – М.: Омега – Л, 2014. – 215 с. | | | | |
| 6.Конституция РФ http://www.consultant.ru/popular/stockcomp/ | | | | |
| <i>В) Периодические издания</i> | | | | |
| 1. Научный журнал «Вопросы экономики» (библиотека ДГИНХ) | | | | |
| 2. «Журнал экономической теории»; (библиотека ДГИНХ) | | | | |
| 3. «Российский экономический журнал»; (библиотека ДГИНХ) | | | | |
| 4. «ЭКО (экономика и организация промышленного производства)»; (библиотека ДГИНХ) | | | | |
| 5. Право и экономика http://www.knigafund.ru | | | | |
| 6. Вестник НГУЭУ http://www.knigafund.ru | | | | |
| 7. Регион: экономика и социология http://www.knigafund.ru | | | | |
| 8. Вестник МГОУ. Серия «Экономика» http://www.knigafund.ru | | | | |
| 9. Вестник Омского Университета. Серия «Экономика» http://www.knigafund.ru | | | | |
| <i>Д) Научная литература Монографии</i> | | | | |
| 4. | А.Б.Казакова http://www.knigafund.ru | Инфраструктурное обеспечение инновационного развития экономики | Палеотип, 2011. – 164 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября 2014г. |
| 5. | В.Е.Гимпельсон, Р.И. Капелюшников http://www.knigafund.ru | В тени регулирования: неформальность на российском рынке труда | Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. - 563 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября 2014г. |
| 6. | А.Д.Петросян http://www.knigafund.ru | Совершенствование управления внешнеторговой деятельностью в отраслях промышленности России: Теория и практика | Палеотип, 2012. – 184 с. | 300 в соответствии с гражданско - правовым договором №01 от 23 сентября 2014г. |

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Научная электронная библиотека. <http://elibrary.ru>
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru>
3. ЭБС образовательных и просветительских изданий. <http://www.iqlib.ru/>
4. Ресурсы и сервисы для экономических и социальных исследований, учебных программ и государственного управления. <http://uisrussia.msu.ru>
5. Электронная библиотека: библиотека диссертаций. <http://diss.rsl.ru>
6. Правительство России. <http://www.government.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики. <http://www.gks.ru>
8. Министерство экономического развития РФ. <http://www.economy.gov.ru>
9. Министерство финансов РФ. <http://www.minfin.ru>
10. Экономический портал. <http://ecouniver.com>
11. ЭБС. <http://www.biblioclub.ru>
12. Министерство сельского хозяйства РФ. <http://mcx.ru>
13. Министерство экономического развития РФ. <http://economy.gov.ru/minec/main>
14. Министерство экономики и территориального развития РД. <http://www.minec-rd.ru>